



COMMUNIQUÉ DE PRESSE - MAZDA (SUISSE) SA

## MAZDA TRUE STORY : LANCEMENT D'UNE PLATEFORME DÉDIÉE AUX EXPÉRIENCES ET ANECDOTES DES CLIENTS HELVÉTIQUES

**Petit-Lancy, le 23 septembre 2021** – Mazda (Suisse) SA annonce la mise en ligne d'une plateforme d'un nouveau genre, entièrement dédiée aux aventures motorisées de ses utilisateurs. À contre-courant des pratiques du secteur et fidèle à l'esprit « Mukainada » (challenger) de la marque, la plateforme Mazda True Story offre aux conductrices et conducteurs suisses une véritable vitrine digitale accueillant avis, témoignages ou histoires insolites liés à la marque. Cette initiative s'inscrit de plain-pied dans la nouvelle stratégie de Mazda (Suisse) SA qui place désormais ses utilisatrices et utilisateurs au cœur de son écosystème de communication.

### Une première pour un constructeur automobile en Suisse

Si les marques automobiles développent habituellement des communications relativement identiques – misant sur un modèle de véhicule précis et ses particularités – ou enrôlant des personnalités comme ambassadrices, Mazda (Suisse) SA souhaitait depuis longtemps se démarquer par un positionnement plus authentique et plus proche de ses utilisateurs : « Nos équipes nous partagent régulièrement nombre d'anecdotes, qui caractérisent l'attachement de nos clients à leur véhicule, il nous semblait de ce fait important de mettre en avant la communauté Mazda, très présente en Suisse. Ce sont finalement nos meilleurs ambassadeurs et nous souhaitons pouvoir valoriser leurs expériences. Nous sommes également fiers d'être le premier constructeur automobile du pays donnant véritablement la parole à ses utilisateurs et se soumettant à leur appréciation sans faux-semblant. », précise Katarina Loksa, Directrice Marketing de Mazda (Suisse) SA.

### Insolites, drôles ou touchantes, des histoires nées sur la route

Les conductrices et conducteurs Mazda sont sollicités afin de soumettre leurs impressions sur les véhicules en toute franchise, ainsi qu'à partager leurs histoires et aventures, rocambolesques comme romantiques, ayant eu lieu derrière un volant siglé Mazda. Road trips à travers le monde, lune de miel à bord d'un bolide ou conducteur miraculé, une quinzaine de récits sont déjà en ligne sur la page Mazda True Story, qui s'enrichira des futurs témoignages de la communauté Mazda très présente en Suisse. Les commentaires d'utilisateurs sont à retrouver sur la page [Avis de clients](#), les différentes stories sont quant à elles diffusées sur la page [Mazda True Story](#).

### Un jury de clients Mazda au cœur d'une campagne nationale

Dans cette même optique, Mazda (Suisse) SA a entièrement conçu et développé une campagne de publicité nationale mettant en exergue les conductrices et conducteurs de Mazda. Sous le slogan « Le jury le plus exigeant du monde. Notre clientèle. », une dizaine de clients a eu l'occasion de partager au plus grand nombre, ses impressions sur l'un des 3 modèles hybrides : la Mazda2, la Mazda3 ou le Mazda CX-30. Sélectionné parmi les quelque 400 utilisateurs ayant déjà déposé un avis sur le site à la suite de l'achat d'un véhicule, ce jury de conducteurs Mazda se retrouvera au cœur d'une campagne testimoniale diffusée dans les médias nationaux jusqu'à la fin du mois de novembre.

###

Plus d'informations :

**Mazda (Suisse) SA**

Katarina Loksa, Directrice Marketing

Avenue des Morgines 12, 1213 Petit-Lancy, +41 79 555 26 23

E-mail: [kloksa@mazda.ch](mailto:kloksa@mazda.ch) / photos : [www.mazda-press.ch](http://www.mazda-press.ch)