

Neuer Mazda Service für noch mehr Kundenzufriedenheit

KOMPLEXE TECHNIK EINFACH ERKLÄRT

- **32 Video-Clips zu neuen Technologien und Services**
- **Funktionsweise und Bedienung schnell und einfach erläutert**
- **Mazda3 macht den Anfang, Mazda6 und Mazda CX-5 folgen**

Leverkusen, 15. Juli 2014: MZD Connect, i-stop, i-ELOOP: Die Mazda Fahrzeuge der neuen Generation stecken voller fortschrittlicher Technologien für mehr Effizienz, mehr Sicherheit und mehr Vernetzung. Wie die Systeme funktionieren und bedient werden, erklärt Mazda jetzt auf eine Weise, die in der Branche bisher kaum verbreitet ist: Als einer der ersten Automobilhersteller hat Mazda auf seiner Kunden-Homepage zahlreiche Videos veröffentlicht, die Interessenten oder Kunden die Vorzüge der Technik näherbringen und es ihnen erleichtern, sie im Alltag optimal einzusetzen. Dieser Service ist ein Baustein in der Strategie von Mazda, die Kundenzufriedenheit durch einen ganzheitlichen Informations- und Betreuungsprozess auf ein höchstmögliches Maß zu steigern.

Den Anfang macht der neue Mazda3: Auf www.mazda.de sind in der Rubrik „Service“ unter dem Reiter „Anleitungen“ mehr als 30 Videos zu den wichtigsten Features des Fahrzeugs hinterlegt. In den jeweils zwei- bis dreiminütigen Clips wird beispielsweise die Funktionsweise des Konnektivitätssystems MZD Connect erläutert, mit dem der Fahrer sein Smartphone mit dem Fahrzeugsystem verbinden und zahlreiche Internet-Funktionen ins Auto holen kann. Zudem gibt es Videos zu den i-ACTIVSENSE Assistenzsystemen wie dem Spurwechselassistenten RVM, dem City-Notbremsassistenten oder der radargestützten Geschwindigkeitsregelung MRCC. Erläutert wird aber beispielsweise auch, wie man den Motorölstand kontrolliert oder was es mit dem Digitalen Service-Nachweis auf sich hat, der bei Mazda das klassische Scheckheft abgelöst hat und eine lückenlose, fälschungssichere Historie über die erfolgten Wartungsarbeiten liefert. Ergänzt werden die Clips durch digitalisierte Bedienungsanleitungen im pdf-Format.

Mazda hat die neuen Videos und Anleitungen auf 21 europäischen Märkten in 17 Sprachen eingeführt; nach dem Mazda3 folgen in Kürze der Mazda6 und der Mazda CX-5. Adressaten sind vor allem Mazda Kunden, die sich dank der Clips schnell und einfach mit den Eigenschaften ihres Fahrzeugs vertraut machen können. Aber auch potenzielle Käufer können sich auf diese

Weise über die Fahrzeuge und Technologien des japanischen Automobilherstellers informieren. Und nicht zuletzt können die Videos dazu dienen, bei Neukunden die Wartezeit zwischen dem Unterzeichnen des Kaufvertrags und der Auslieferung des Fahrzeugs zu überbrücken und die Vorfreude darauf zu steigern, wenn der Käufer zum ersten Mal in seinem neuen Auto Platz nimmt.

Auskunft erteilt:
Karin Lindel
Supervisor Produkt- und Unternehmenskommunikation
Tel.: 02173.943.303
E-mail: klindel@mazda.de