

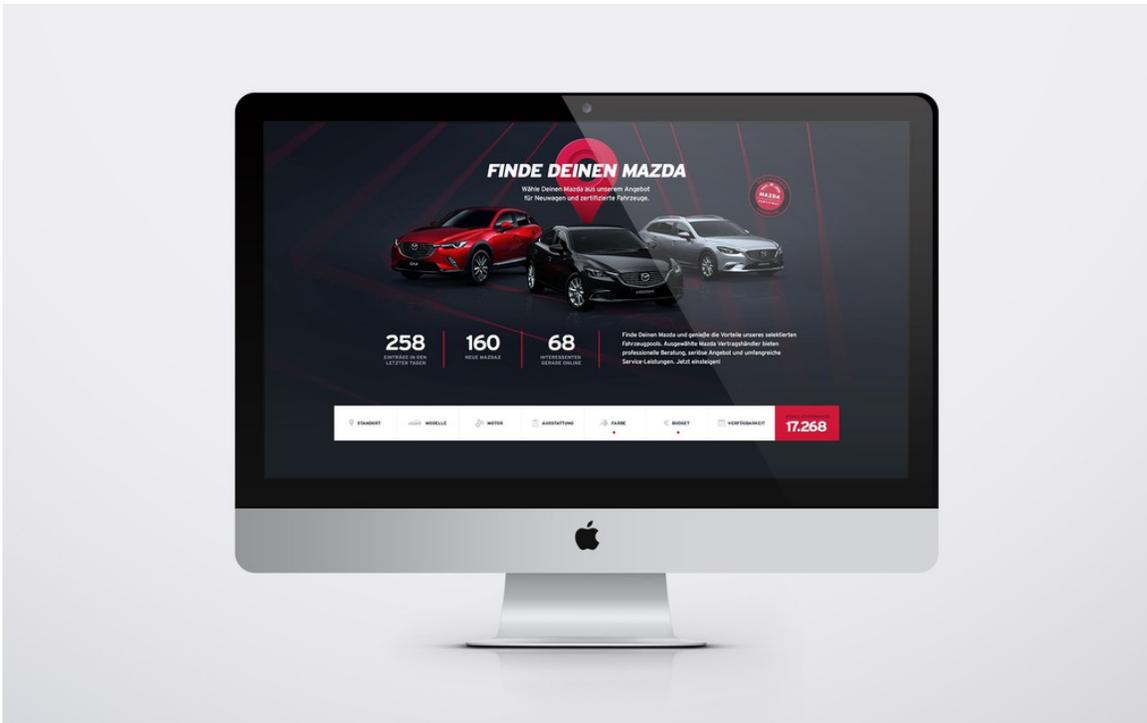
„Find My Mazda" bewährt sich

Ein halbes Jahr nach dem Start haben sich 99 Prozent aller Händler der neuen Vertriebsplattform „Find My Mazda" angeschlossen. Sie bieten knapp 20 000 Mazda Fahrzeuge in ihrem Händlerbestand oder Händlervorlauf zu individuellen Angebotspreisen an. Dem gegenüber stehen mehr als 100 000 Zugriffe (Unique Visits) von Kaufinteressenten pro Monat, die durch den Filtermechanismus zu ihrem Wunschfahrzeug gelangen und anschließend direkt eine Anfrage an den entsprechenden Händler stellen können.

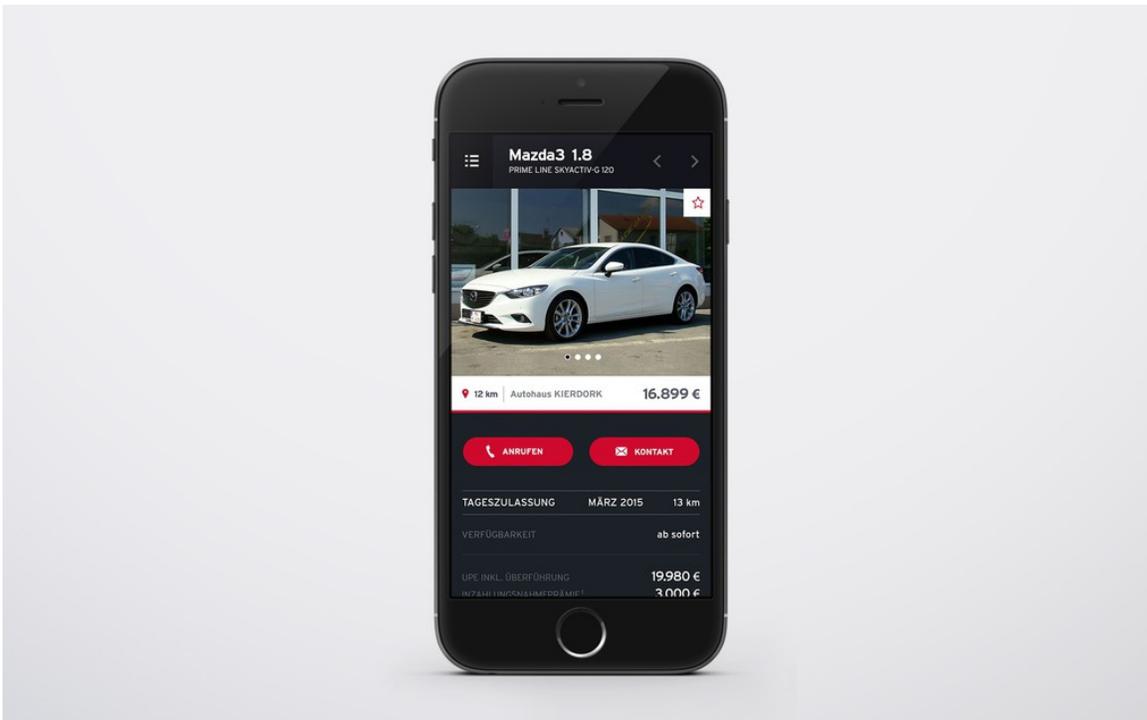
„Find my Mazda“ bietet darüber hinaus eine besondere Suchfunktion: Wer sich noch nicht für ein bestimmtes Modell entschieden hat, kann anhand einer Bedarfsanalyse herausfinden, welcher Mazda zu ihm passen könnte. In der nahtlosen Überführung zu den tatsächlichen Ergebnissen findet er direkt passende Angebote mit Fotos und einer exakten Kostenübersicht; auch monatliche Finanzierungsraten sind sofort ersichtlich und können durch den Nutzer angepasst werden.

Die bisherigen Erfahrungen zeigen laut Mazda Deutschland, dass lediglich sechs Prozent aller potenziellen Käufer die Ergebnisliste nach dem Preis sortieren und mehr als 90 Prozent aller Interessenten ihr Wunschauto im Umkreis von 100 Kilometern suchen. Das Nutzerverhalten und die Rückmeldungen werden nun dazu genutzt, die Plattform weiterzuentwickeln. In einem nächsten Schritt werden die attraktiven Angebote für Vorführwagen und Tageszulassungen stärker in den Vordergrund gerückt. Auch soll die Bedienbarkeit klarer und einfacher. Hierfür wird das Layout angepasst. Auch eine Suchmaschinen-Optimierung sowie die Einbindung in die individuellen Händler-Websites oder auch eine Touchscreen-Anwendung in den Schauräumen sind geplant. (ampnet/jri)

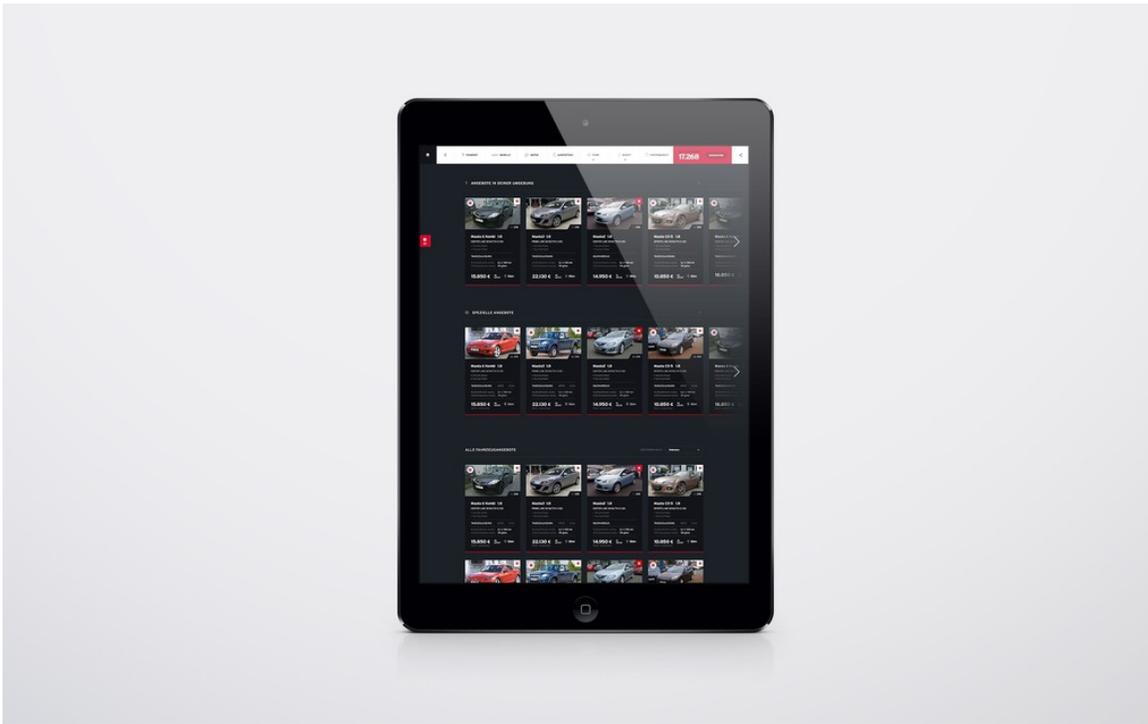
Bilder zum Artikel



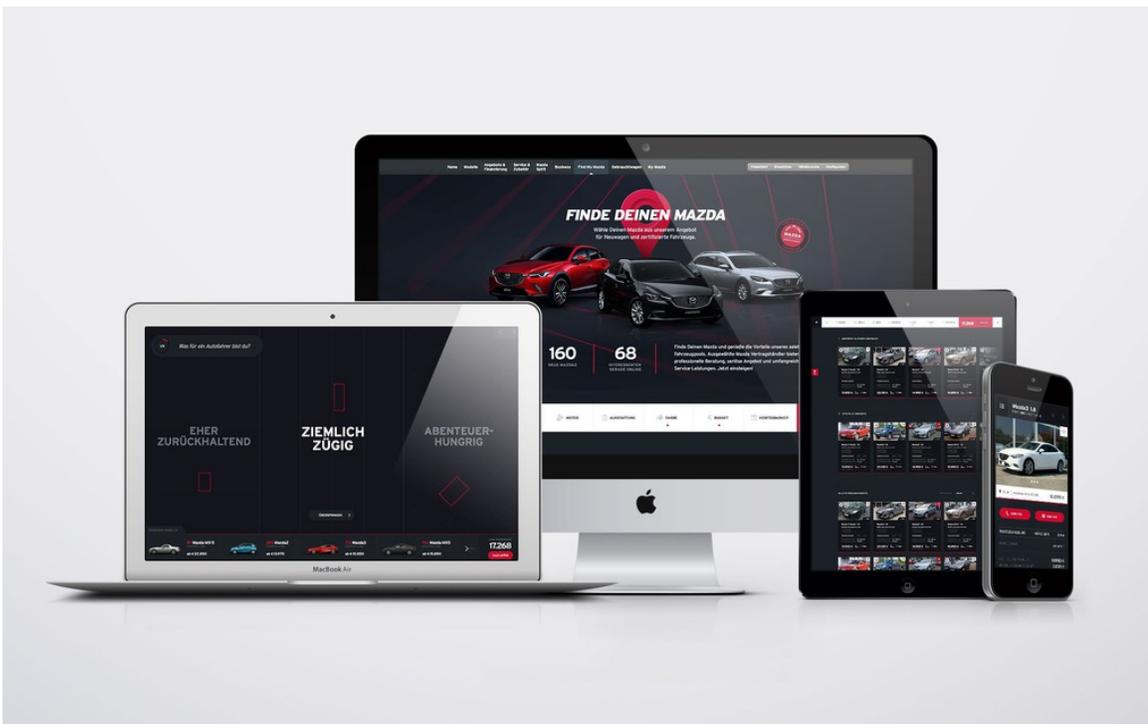
Vertriebsplattform: Find my Mazda.



Vertriebsplattform: Find my Mazda.



Vertriebsplattform: Find my Mazda.



Find my Mazda.
