



Plus de services grâce à une stratégie monomarque claire

- Une entreprise, un but, une marque : Le 01.06.2019, l'ex-société fille de MAHA AutoTec GmbH a réintégré la société mère dans le cadre d'un contrat de fusion. MAHA peut ainsi augmenter son taux de présence sur le marché et se concentrer encore davantage sur le cœur de sa stratégie d'entreprise, à savoir la prestation de services.

Haldenwang, le 3 juin 2019. C'est en 2004 que l'ancienne division « service client » de MAHA fut externalisée et devint une société à responsabilité propre du nom d'AutoTec. À l'époque, cela se justifiait par le fait qu'elle ne prenait pas uniquement en charge le montage, les réparations, et l'assistance concernant les produits MAHA, mais proposait également des prestations pour des produits issus d'autres fabricants. « Dans ce contexte, il faisait sens de ne pas être sur le marché sous le même nom que MAHA, » explique Robert Forderer, dirigeant d'AutoTec GmbH. « Nous souhaitons marquer clairement la séparation à cette époque afin d'avoir une présence neutre sur le marché et ainsi générer plus de commandes. »

Durant ses 14 années d'existence, AutoTec n'a eu de cesse de grandir et put se faire un nom en tant que service d'usine de MAHA. Toutefois, la situation changea au fil des années en raison de l'acquisition des anciens concurrents Slift et HETRA ainsi que de l'augmentation des chiffres de ventes de MAHA. AutoTec ne fournit désormais ses prestations de services de ce fait plus qu'à MAHA. La direction a donc subséquemment opté pour une fusion. « Nous formons un tout et serons désormais également perçus comme tel en dehors de l'entreprise, » nous explique le docteur et gérant Thomas Aubel au sujet de cette décision stratégique de transfert d'entreprise.

Se concentrer sur le client

Avec cette fusion, MAHA se prononce clairement pour une stratégie monomarque cohérente. La marque MAHA est forte et, en association avec le MAHA SERVICE CENTER, sécurise une activité commerciale uniforme. Cette combinaison permet une représentation simplifiée des avantages d'un service MAHA homogène. Le client pourra tout obtenir d'une même main – du service d'usine pour compte propre et service d'expédition jusqu'au centre de formation interne en passant par la gestion des remplacements et des garanties et la ligne d'assistance téléphonique. « Cet avantage décisif sera à l'avenir clairement mis en avant dans notre travail de communication avec le client, » explique Monsieur Aubel à propos de l'orientation de l'entreprise car, nous dit-il, le client et ses besoins se trouvent toujours au centre des préoccupations de MAHA.



Une présence uniforme : les véhicules de service ont d'ores et déjà été visuellement adaptés à la stratégie monomarque et mettent l'accent sur la compétence centrale « prestation de services » de MAHA.

Présentation de MAHA:

MAHA Maschinenbau Haldenwang GmbH & Co. KG est l'un des principaux fabricants au monde d'équipements de contrôle technique pour garages et véhicules. Entreprise internationale, MAHA possède deux sites de production en Allemagne et aux États-Unis et un réseau de distribution et d'assistance technique dans plus de 150 pays. La société emploie plus de 1 000 personnes dans le monde et génère un chiffre d'affaires près de 150 millions d'euros.

MAHA fête en 2019 son 50ème anniversaire !

Des informations à ce sujet sont disponibles à l'adresse

<https://www.maha.de/les-50-ans-de-maha-lhistoire-dun-succes.htm>

Interlocuteur:

MAHA Maschinenbau Haldenwang GmbH & Co. KG

Marketing, téléphone +49 8374 585 0, courriel marketing@maha.de

Vous trouverez des informations complémentaires sur MAHA sur son site Internet:

www.maha.de/information-de-presse et www.maha.de