



Más servicio mediante una clara estrategia de marca única

- **Una empresa, un objetivo, una marca:** en el marco de un contrato de fusión, en fecha 01.06.2019 la antigua filial de MAHA, AutomoTec GmbH, vuelve al seno de la matriz. De esta manera, MAHA aumenta su presencia en el mercado y pone aún más énfasis sobre el núcleo estratégico de su estrategia empresarial, el servicio.

Haldenwang, a 3 de junio de 2019. En el año 2004, el área del “servicio técnico” se segregó de MAHA y se traspasó a una sociedad de responsabilidad limitada propia bajo la denominación AutomoTec. La razón en su momento fue que este no solo se ocupara de montajes, reparaciones y visitas de servicio para productos de MAHA, sino que también ofreciera dichos servicios para productos de otros fabricantes. “Ante este trasfondo, tuvo sentido no presentarse en el mercado bajo el nombre de MAHA”, explica D. Robert Forderer, gerente de AutomoTec GmbH. “En ese entonces quisimos conseguir una clara diferenciación, para poder presentarnos en el mercado de forma neutral y así finalmente obtener más encargos.”

Durante sus 14 años de existencia, AutomoTec creció de forma continua y se hizo un nombre en el mercado como servicio técnico del fabricante MAHA. A lo largo de los años, la situación cambió debido a la adquisición de los antiguos competidores Slift y HETRA, así como debido a las crecientes cifras de ventas de MAHA. Así, hoy en día, AutomoTec solamente ofrece sus servicios para encargos de MAHA. Ante este trasfondo, la gerencia ahora decidió la fusión. “Somos uno y ahora también nos presentamos así en la percepción exterior”, expone el gerente D. Thomas Aubel la decisión estratégica hacia la transmisión del negocio.

El cliente en el foco

Con la fusión, MAHA se compromete claramente con una estrategia de marca única. En conexión con el MAHA SERVICE CENTER, la potente marca “MAHA” asegura una actuación uniforme en el mercado. En esta combinación, las ventajas de un servicio unificado de MAHA se pueden mostrar de forma más sencilla. Desde el servicio técnico de fábrica con transporte de fábrica y el departamento de envíos, pasando por el propio centro de formación, hasta el departamento de repuestos y garantía y el teléfono de atención al cliente – el cliente recibe todo de una mano. “En el futuro, en nuestra comunicación pondremos más énfasis en esta ventaja decisiva”, declara D. Thomas Aubel el enfoque de la empresa, ya que en MAHA en cualquier momento el protagonista es el cliente con todas sus necesidades.



Presentación unificada: en el marco de la estrategia de marca única, los vehículos de servicio también ya se adaptaron visualmente, con un claro énfasis sobre el “servicio”, la competencia clave de MAHA.

Información general de MAHA:

MAHA Maschinenbau Haldenwang GmbH & Co. KG es un fabricante líder a nivel mundial de equipos para talleres e inspección técnica de vehículos. Como empresa con vocación internacional, MAHA regenta dos centros de producción en Alemania y los EE.UU., así como una red de comercialización y servicio en más de 150 países. La empresa cuenta con más de 1.000 trabajadores y genera un volumen de negocios de 150 millones de euros.

En el año 2019, MAHA celebra su 50 aniversario!

Más información en <https://www.maha.de/50-anos-de-maha-una-historia-de-exito.htm>

Persona de contacto:

MAHA Maschinenbau Haldenwang GmbH & Co. KG

Marketing, teléfono +49 8374 585 0, e-mail marketing@maha.de

Hay más información de MAHA en Internet:

www.maha.de/noticias-de-la-prensa y www.maha.de