

05.09.2013 - 18:03 Uhr

Nouvelle présentation: Bien plus qu'un nouveau logo pour AMAG (IMAGE)



Zurich (ots) -

Après avoir été en service pendant plus de 70 ans, le logo d'AMAG, symbolisant une voiture de course, a bien mérité d'être mis au garage. Le groupe AMAG change sa présentation sur le marché et l'adapte aux valeurs actuelles de ce dernier.

AMAG est connue dans toute la Suisse et même très connue: 91% des Suisses connaissent AMAG. Et en comparaison aux autres entreprises de sa branche, elle jouit d'une bonne réputation. Le logo typiquement AMAG, avec ses formes arrondies est connu depuis des décennies; il a accompagné deux voire trois générations de conducteurs en Suisse. Néanmoins, presque plus personne ne sait ce qu'il signifie exactement. C'est pourquoi la voiture de course au look des années 30 sera désormais remise au garage des voitures anciennes.

AMAG change complètement sa présentation sur le marché et en conséquence aussi son logo. De tels changements surviennent fréquemment lorsqu'il est question d'image. Mais ce n'est pas le cas d'AMAG. Car depuis 2004, les marques d'AMAG ont conquis presque 30% des parts du marché, soit une augmentation de près de 50%. Environ 1 million de véhicules des marques du groupe AMAG circulent aujourd'hui sur les routes suisses. La part de marché actuelle des marques importées par AMAG s'élève à 27,4%.

Toutefois, les entreprises qui réussissent à long terme risquent à la longue, de se reposer un peu sur leurs acquis. Active sur le marché depuis 1945, AMAG doit s'adapter sans cesse à un marché qui évolue constamment et où la concurrence est rude.

Elle a entrepris un vaste programme d'investissements dès le milieu de la dernière décennie. Le développement du magasin central des pièces de rechange à Buchs ZH ou le nouveau complexe Autowelt Zurich à Dübendorf, pour ne citer que quelques exemples, font partie des principaux investissements. L'organisation et les structures ont également été adaptées afin de pouvoir répondre au mieux aux besoins des clients.

Étant donné que de nos jours, la réussite ou l'échec à long terme dépendent de la satisfaction clients, ces dernières années AMAG a tout mis en oeuvre en interne pour que tous ses collaborateurs unissent leurs efforts pour adopter un comportement axé sur le client. La nouvelle présentation est désormais aussi un signe vers l'extérieur. Il s'agit de changer sans pour autant abandonner ce qui a conduit au succès ou fait ses preuves. Selon une étude

de marché menée au printemps dernier, AMAG a obtenu de très bonnes notes concernant la qualité et la compétence technique. Du point de vue du client, il y a encore des progrès à faire dans les domaines du profil, de la sympathie et de la proximité avec le client. C'est pourquoi nous voulons continuer à nous concentrer sur les individus et les émotions, que ce soit dans les négociations ou dans la communication. Cela signifie pour les collaborateurs qu'ils sont au service non seulement des voitures mais aussi de la personne avec ses besoins de mobilité, son souhait d'être suivie personnellement et individuellement, sa joie d'avoir une prestation de services qui dépasse ses attentes. Grâce à la présentation d'AMAG complètement remaniée, ces aspects sont aussi perceptibles de l'extérieur.

Le principe qui vaut pour tous les collaborateurs d'AMAG et qui est symbolisé par la nouvelle présentation: «nous veillons avec passion à ce que les personnes soient «sur la bonne voie». Nous sommes fascinés par les souhaits et les rêves individuels concernant la mobilité. On nous fait confiance, car en plus d'offrir de la qualité et de la compétence technique associées à un excellent service, nous surprenons encore et toujours de façon positive. Nous sommes heureux lorsque les gens viennent volontiers chez nous et qu'ils arrivent facilement à destination.»

La nouvelle présentation apporte plus de transparence pour la clientèle. Elle n'est plus obligée de se préoccuper de savoir avec quelle «organisation d'AMAG» elle est en relation. Peu importe s'il s'agit d'AMAG Automobil- und Motoren AG, d'AMAG Leasing AG ou d'AMAG Services AG. Toutes ces entreprises du groupe AMAG apparaissent désormais sous un seul et même logo AMAG tout neuf. Et l'objectif consiste à ce que la prestation soit proposée partout avec le même niveau de compétence et la même orientation clients.

L'investissement dans la nouvelle présentation réalisé par la famille propriétaire est une preuve d'engagement envers AMAG et son avenir en tant qu'entreprise familiale.

Contact:

AMAG Automobil- und Motoren AG
Dino Graf
Responsable Corporate Communication
Tél. 056 463 93 42
presse@amag.ch

Medieninhalte



Morten Hannesbo, CEO AMAG Automobil- und Motoren AG, et le nouveau logo AMAG. (PHOTOPRESS/Alexandra Wey)/ Texte complémentaire par ots et sur www.presseportal.ch. L'utilisation de cette image est pour des buts rédactionnels gratuite. Publication sous indication de source: "OTS.photo/AMAG Automobil- und Motoren AG".

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100001252/100743388> abgerufen werden.