

Wettbewerb „Der beste GW-Platz 2010“

Teilnahme-Fragebogen für den Wettbewerb der Zeitschriften
AUTOHAUS und GW-Trends

Mit freundlicher Unterstützung durch



So nehmen Sie am Wettbewerb teil: Bitte diesen Fragebogen ausfüllen und mit den GW-Platz-Fotos (als Printabzüge oder als jpg- oder tif-Dateien auf CD oder USB-Stick) und evtl. mit weiteren Unterlagen (z. B. Prospekte, Flyer, Werbematerialien, die die GW-Aktivitäten verdeutlichen etc.) bis spätestens 25. November per Post schicken an:

Springer Transport Media GmbH
Redaktion AUTOHAUS
z. Hd. Andreas Detert (Tel. 089 - 43 72 11 41)
Neumarkter Straße 18
81673 München

Einsendeschluss ist der 25. November 2009

Ihre Anschrift:

Firma

Automarke(n)

Ansprechpartner

Straße

PLZ, Ort

Telefon

e-mail:

1. Kennzahlen und Standort des GW-Platzes:

- 1.1. Gesamtfläche der GW-Präsentation**
- davon unter freiem Himmel
 - davon unter Freiflächenüberdachungen
 - davon in einem Gebäude
 - davon auf Parkdecks
 - Sonstiges

1.2. Wie viele Stellplätze (Präsentationsplätze insgesamt) hat die GW-Präsentation?

.....

1.3. Wie viele Kundenparkplätze stehen für GW-Interessenten zur Verfügung?

.....

1.4. Wie viele Fahrzeuge umfasst durchschnittlich das präsentierte **Sortiment**?

.....

1.5. Wie viele Fahrzeuge werden auf diesem Platz **per anno vermarktet**?

.....

1.6. Wie hoch ist die Umschlaghäufigkeit (Lagerumschlag) per anno?

.....

1.7. Ist der GW-Platz an die NW-Ausstellung bzw. an das Autohaus angeschlossen?

- Ja
- Nein, GW-Platz ist separater Platz

1.8. Kurze Standortbeschreibung des GW-Platzes (City, Stadtrand, Verkehrssituation, Verkehrsanbindung, Erschließung, Parkplätze etc.):

2. Die Platz-Gestaltung:

Bitte jeweils eine **kurze Beschreibung** zu folgenden Gesichtspunkten:

2.1. Bauart und Zonierung

(Stichworte: Freiflächen, überdachte Freiflächen, Gebäude, Art der Trennung von Präsentations- und Verkehrsflächen, Platzumrandungen, Drive-in, Parkplätze etc.)

2.2. Bodenbeläge

(Stichworte: Fahrstraßen, Präsentationsplätze, Übergabepplatz, Asphalt, Verbundsteine , Steinwechsel, farbliche Bodengestaltung etc.)

2.3. Beleuchtung

(z. B. Lichtmasten, Rasterleuchten, Pollerleuchten, Bodenleuchten etc.)

2.4. Funktionsgebäude

(z. B. Verkaufspavillon, Übergabepplatz, Sanitärraum, Schätzplatz etc.)

2.5 Verkäuferarbeitsplätze und EDV

(Wo sind die VK-Arbeitsplätze, wie sind sie ausgestattet, welches EDV-System ist im Einsatz?)

2.6. Grünkonzept (z. B. Bäume, Teiche, Hecken, Büsche, Blumenkübel etc.)

2.7. Überdachungen

(Art der Konstruktion – Stahl, Alu, Beton etc. – Acrylglas, textile Dächer etc.)

2.8. Aktionsflächen *(z. B. für Highlight-Präsentation etc.)*

2.9. Verkaufsförderer

(z. B. Fahnen, Masten, Pylone, Beschilderung, Werbedisplays, Plakatwände, stumme Verkäufer etc.)

2.10. Wegeleitsystem

2.11. Zentraler Einlieferungsort für Inzahlungnahmen? *(kurze Beschreibung)*

2.12. Zentraler Auslieferungsort? *(kurze Beschreibung)*

2.13. Sonstiges . . .

(z. B. Beschallung der Platzes mit Musik etc.)

3. Das Präsentationskonzept:

Bitte jeweils eine *kurze Beschreibung* zu folgenden Gesichtspunkten:

3.1. Präsentationskonzept in Stichworten

(z. B. *Eingangsportal, Welcome-Schild, Drive-in, kundenfreundliche Präsentationsaspekte, Platzzentrum vorhanden oder nicht, Leitsysteme etc.*)

3.2. Sortimentsgliederung

(z. B. *nach Fzg-Segmenten, nach Preisklassen, nach Kundennutzen, nach Fabrikaten etc.*)

3.3. Eigene GW-Marke, eigenes GW-Label?

(*Wenn ja, kurze Beschreibung. Wie wird dieses kommuniziert?*)

3.4. Highlight-Präsentationen, Eye-Catcher, Aktionsinseln?

3.5. Stumme Verkäufer (z. B. *für Finanzierung, Garantie, Leistungen rund um den GW-Kauf, Einladung zur Probefahrt, „Red people“ etc.*)?

3.6. Präsentationskriterien für die ausgestellten Fahrzeuge ?

(*Fahrzeugoptik, Innenraum, Aufbereitung, Einstellungen (Sitze, Kopfstützen) etc.*)

3.7. Präsentations-Qualitätssicherung während der Standzeit

(*optischer Zustand, Beschädigungen etc.*)?

3.8. Preisauszeichnung

(Art der Preisauszeichnung, Foto von Preisschild)

3.9. Regelmäßige Aktionen auf dem GW-Platz?

(z. B. Schnäppchenwochen, Auktionen, Privat-privat-Märkte etc.)

3.10. Platzierungskonzept Fahrzeuggruppen (Langsteher, Händlerfahrzeuge, Highlights etc.)

4. GW-Vermarktungsstrategie:

4.1. Wie ist Ihre **Vermarktungsstrategie** (Welcher Vertriebskanal wird aus welchen Gründen für welche Fahrzeuge gewählt)?

4.2. Wie ist Ihre **Werbestrategie** (Welche Werbewege gehen Sie – Printwerbung, Internet, Radio, Plakate etc. – , wie sieht Ihr Werbe-Mix aus)?

4.3. Wie ist Ihr **GW-Platz in Ihre Vermarktungs- und Werbestrategie integriert**

5. GW-Platz-Bilanz:

5.1. Seit wann ist der hier beschriebene GW-Platz in Betrieb?

Seit

5.2. Wer hat bei der Planung der Platzes mitgewirkt?

(Mehrfachnennung möglich)

Alles im Do-it-yourself entstanden

Architekt (bitte wenn möglich Adresse angeben)

.....

Bau- bzw. Generalunternehmer (bitte wenn möglich Adresse angeben)

.....

Bauberater meiner Marke (bitte wenn möglich Adresse angeben)

.....

Landschaftsarchitekt (bitte wenn möglich Adresse angeben)

.....

Ein spezieller GW-Berater (bitte wenn möglich Adresse angeben)

.....

5.3. Was hat die Gestaltung des GW-Platzes gekostet (Ca.-Preise, ohne MwSt.)

Rund Euro pro Quadratmeter (alles inklusive, jedoch ohne Grundstückskosten)

5.4. Erfolgsbilanz

(Wie hat sich die Investition bezahlt gemacht, z. B. neue Kundengruppen erschlossen, höhere Preise durchsetzbar, mehr Verkäufe pro GW-Verkäufer etc.)?

Herzlichen Dank für Ihre Teilnahme am Wettbewerb!