



Bild: Bärbel Taubitz / pixelio.de

Kundenansprache zwischen online und offline

Die Customer Journey für Ihr Autohaus

Dr. Jörg v. Steinaecker

25. AUTOHAUS-Sommerakademie
Sylt, 31. August – 2. September 2016

Unsere Fahrstrecke



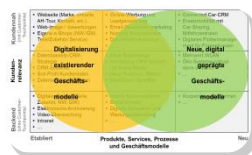
Die Digitalisierung im Automobilhandel



Die Customer Journey gestern – heute – morgen



Ihre Digitalstrategie



Praxisbeispiele entlang der Customer Journey



Zusammenfassung

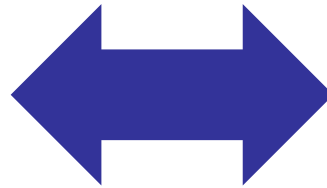


Bild: Bärbel Taubitz / pixelio.de

Die Digitalisierung im Automobilhandel

Begriffsverständnis: „Digitalisierung ist ...“

*„... die Überführung
von Informationen
von einer analogen
in eine digitale
Speicherung“ **



*„... der Prozess, der
durch die Einführung
digitaler Technologien
bzw. der darauf
aufbauenden
Anwendungssysteme
hervorgerufenen
Veränderungen“ **

* Thomas Hesse, „Enzyklopädie der Wirtschaftsinformatik, Online-Lexikon“,

„Digitalisierung“ ist ein lang anhaltender gesellschaftlicher Trend



Quelle: Internet



Kunden sind digital mobil und online ... und dort erreichbar!



Die Grundbedürfnisse der Menschen werden neu definiert

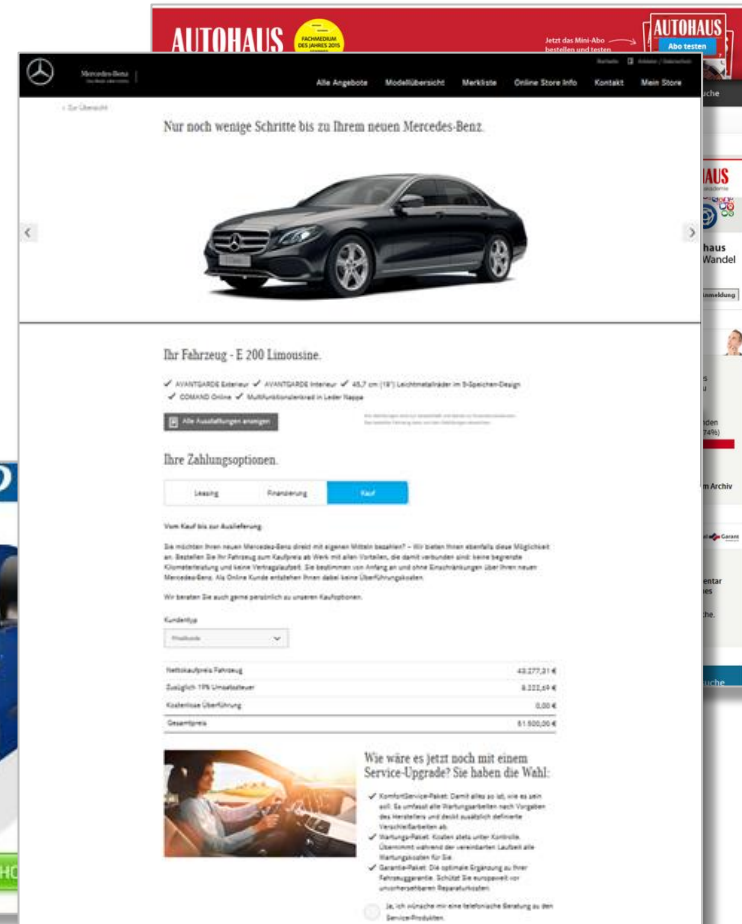
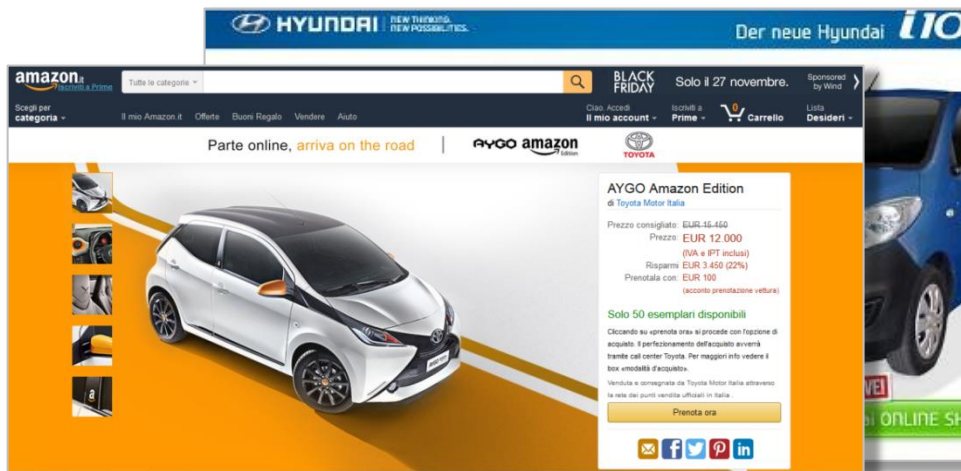


Maslowsche Bedürfnishierarchie,
Abraham Harold Maslow
(* 1.4.1908 † 8.6.1970),
US-amerikanischer Psychologe



Hersteller: Beispiele für Virtual Stores

- Smart verkaufte 2014 in den ersten 3 Minuten seines chinesischen Online-Stores 388 Autos und steigt nun in Italien ein.
- Hyundai verkaufte im Aktionszeitraum einen i10 pro Tag online.
- Ab 2017 ist jeder Volvo über das Internet bestellbar.
- Aygo für 12.000€ über Amazon erhältlich (Italien).
- Seit August 2016 verkauft auch Mercedes online.



Jeder Hersteller wird seine Fahrzeuge (auch) online verkaufen!



Neue Hersteller aus der digitalen Welt betreten den Markt



Google Auto Das Elektro-Auto a

In diesem Artikel

1. Artikel
2. Bildergalerie
3. Video



Selbstfahrendes Google Car

Google will in den nächsten Jahren starten. Einen weiterentwickelten nun vorgestellt.

f g+ ★★★★★ Jetzt bewerten

Gegenüber dem ersten Entwurf an Scheinwerfer und einen geglätteten selbstfahrenden Elektro-Modell in K geforderte Lenkrad und ein Brem Alltagsverkehr getestet werden, all und auf 40 km/h begrenzt

Quelle: Auto-Motor-Sport,
13.12.2014



Quelle: Manager Magazin Juli 2015

Tesla gibt seine Patente frei

„Alle unsere Patente gehören euch“: Um dem Elektroauto zum Durchbruch zu verhelfen, geht der amerikanische Hersteller Tesla einen ungewöhnlichen Weg – und gibt seine Patente für die Konkurrenz frei.

13.06.2014



Tesla will die Verbreitung der Elektroautotechnologie erleichtern.

Der Elektroautohersteller Tesla hat in einem ungewöhnlichen Schritt sämtliche Patente für die Öffentlichkeit freigegeben, um die Verbreitung seiner Technologie zu fördern. „Alle unsere Patente gehören Euch“, schrieb der Tesla-Chef Elon Musk am Donnerstag in einem **Blog-Eintrag**. Die Firma habe

Quelle: FAZ, 13.6.2014

Neue Hersteller dringen mit sehr viel Kapital und einem z.T. revolutionären Produktverständnis in den Markt ein!



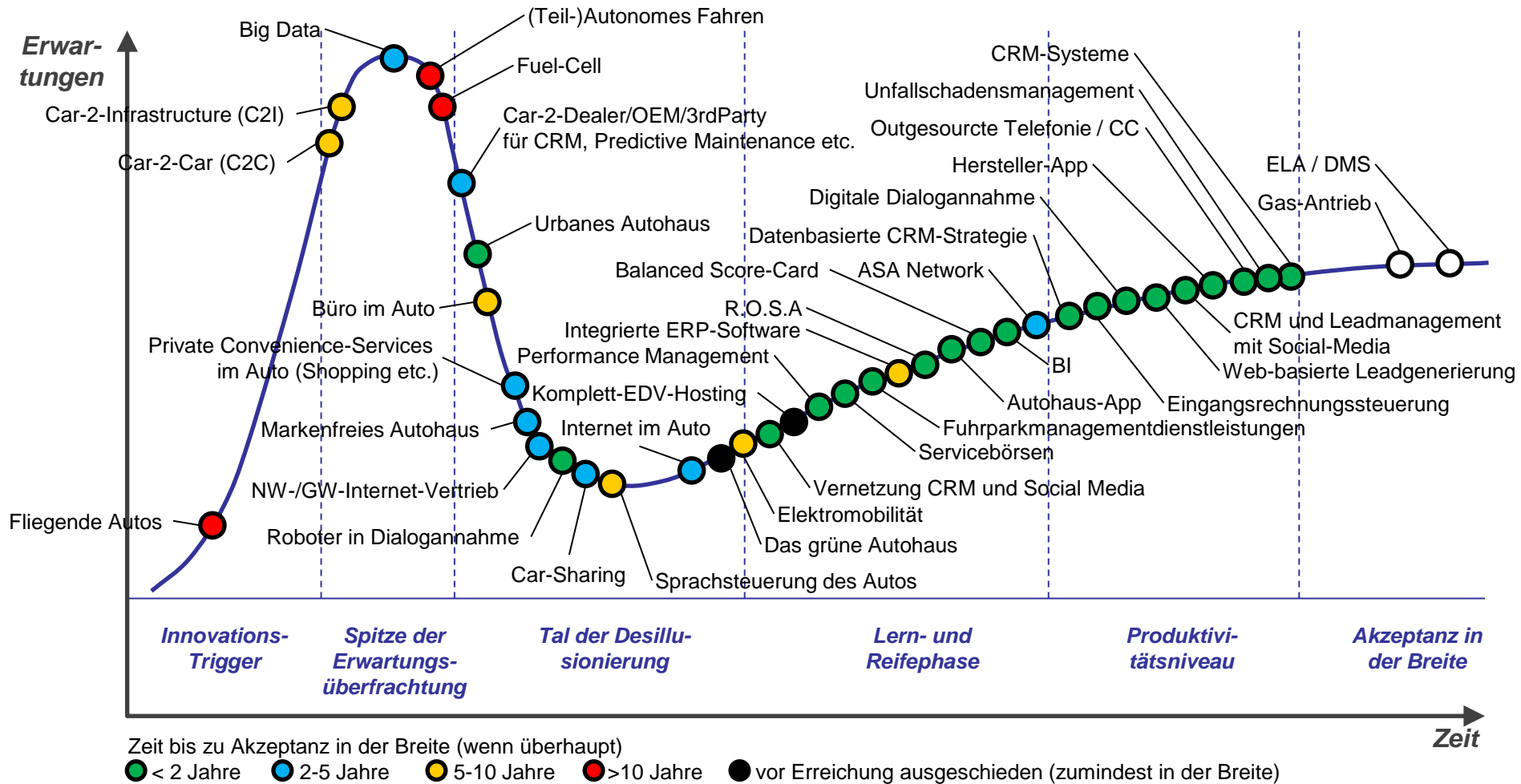
Digitale Wettbewerber übernehmen Teile der Leistungsprozesse und damit den Kundenkontakt

	Börsen	Vermittlerportale	Elektron. Händler
NW-GW-Verkauf	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mobile.de ▪ Autoscout ▪ ... 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Autohaus24 ▪ MeinAuto ▪ Neuwagen24 ▪ ... 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Carvana ▪ Hamsterd ▪ Sixt-Neuwagen ▪ ...
Service / Teile	<ul style="list-style-type: none"> ▪ (Servicelister) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Autobuttler ▪ FairGarage ▪ eBay ▪ ... 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ATU ▪ KfzTeile24 ▪ Teileprofis ▪ ...

Weitere Prozesse	<u>Mobilitätsbedarf</u>	<u>Image / Meinung</u>	<u>Kfz-Nutzung</u>	<u>AH-Kernprozesse</u>
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ BlaBlaCar ▪ Drivy ▪ CarJump ▪ ... 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Werkstatt-/ Autohauskenner ▪ Motortalk ▪ Autoplenum ▪ ... 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Consumer-Apps ▪ Eikoyo ▪ VimCar ▪ ... 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Autoaid ▪ WirKaufenDeinAuto ▪ Leasing-Vermittler ▪ ...



Der Hype-Cycle von Innovationen für Automobilhandel und -service



Was bedeutet das?

Entwickeln Sie Ihre eigene Digitalstrategie:

1. Eigene Position ermitteln
2. Zukünftige strategische Ausrichtung bestimmen
3. Chancen erkennen
4. Konkreten Handlungsfelder identifizieren und Maßnahmen einleiten





Bild: Bärbel Taubitz / pixelio.de

Die Customer Journey Gestern – Heute – Morgen

Customer Journey



Inspiration
und
Bedarfsweckung



Favorisierung
und
Präferenzbildung



Kauf
(Konvertierung)



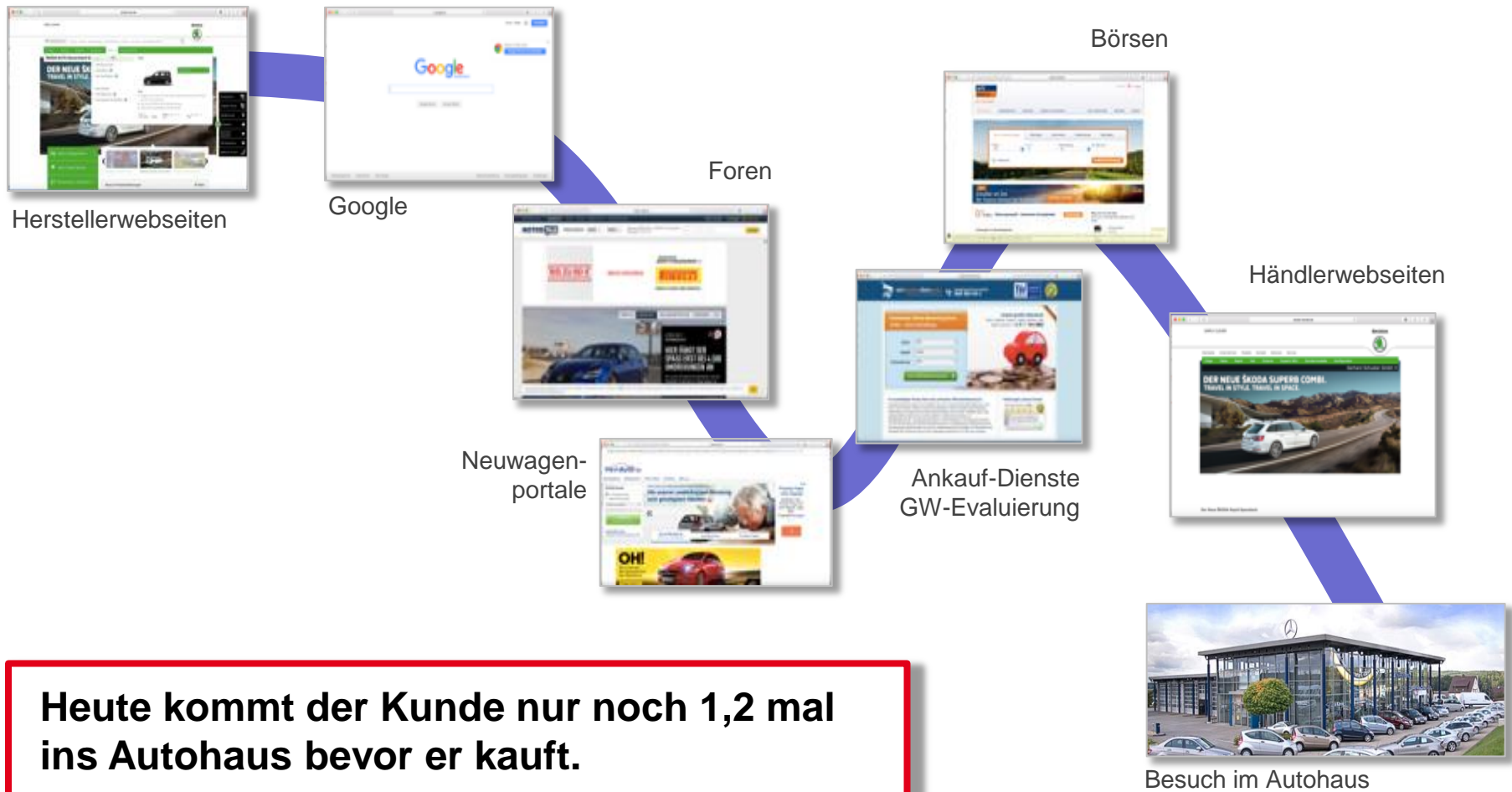
Produkterlebnis
und
Nachbetreuung

Das war die Customer Journey gestern:

- Eingeschränkte Informationen beim Kunden
- Höhere Markenloyalität
- Wenige Händler in der Auswahl
- Kleinere Modellpalette
- Persönliche Empfehlung durch Bekannte/Familie
- Langjähriges Vertrauen ins Autohaus
- 3-8 Besuche im Autohaus vor Kauf
- 1-2 Briefe / Anrufe nach Kauf
- ...



Die Customer Journey hat sich massiv gewandelt! (Vertrieb)



Die Customer Journey hat sich massiv gewandelt! (Service / Teile)

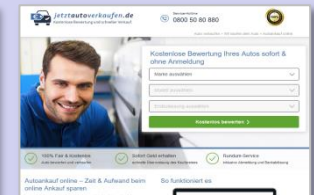


Aktuelles Kaufverhalten der Kunden

Ca. 100.000 Fahrzeuge wurden 2015 über **Vermittlerportale** gekauft (ca. 3,2% der NW-Zulassungen)



Ca. 240.000 Fahrzeuge wurden 2015 über **Ankaufsportale** angekauft (ca. 3,4% der Besitzumschreibungen)



Jeder achte Autofahrer hat schon ein **Werkstattangebot online** gebucht (ca. 4,5 Mio. Menschen)



24% der deutschen Bevölkerung kauft heute **Kfz-Teile online** (2015: 6,5 Mio Menschen, Zuwachs +15% gg. VJ)





Bild: Bärbel Taubitz / pixelio.de

Ihre Digitalstrategie

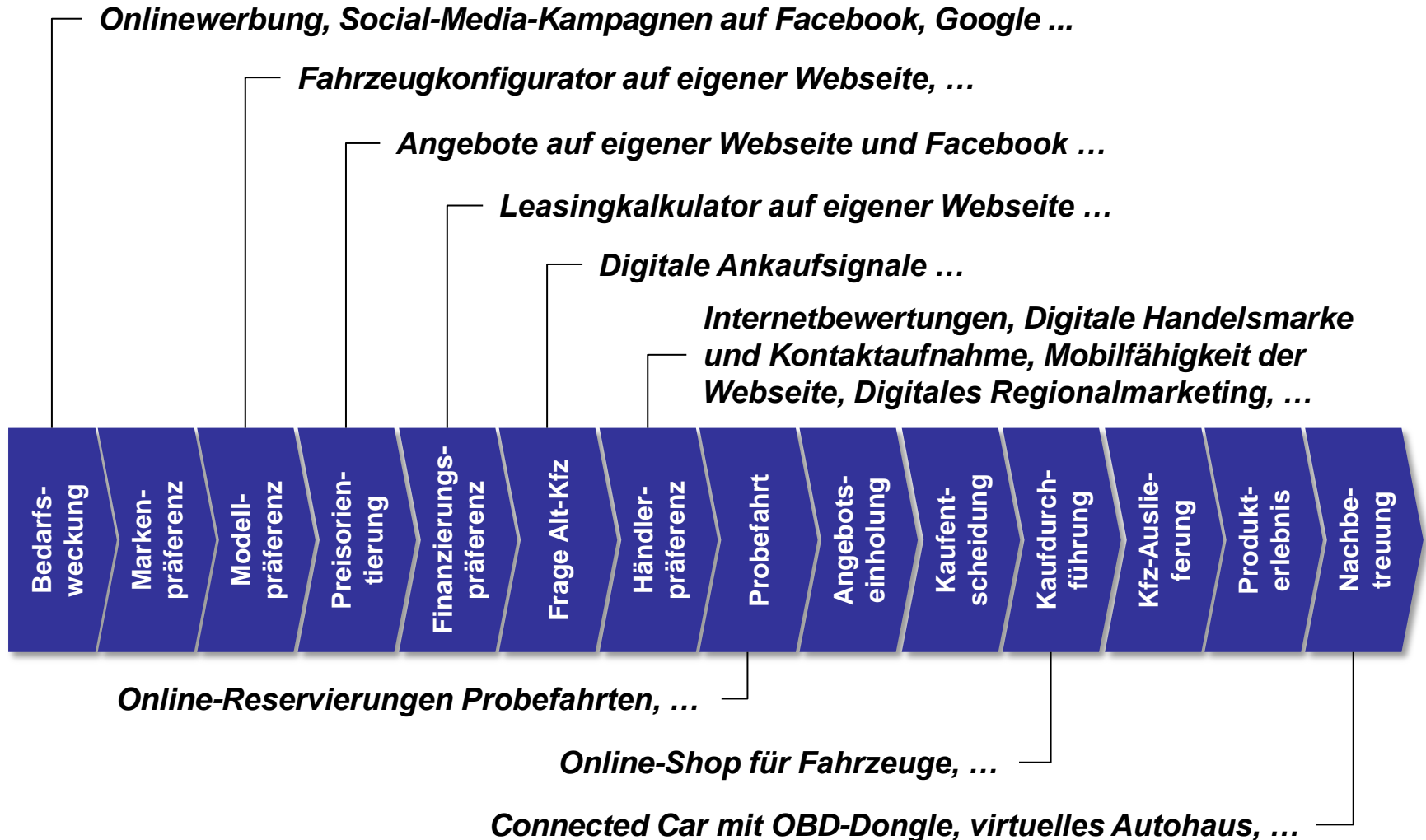
Die Customer Journey: Neu- und Gebrauchtwagenkauf

		Einfluss durch			Bedeutung digitaler Medien
		Händler	OEM	Andere*	
Customer Journey ↓	Pre-Sales	Bedarfsweckung	● ● ●	● ●	● ● ●
		Markenpräferenz	● ●	● ● ●	● ● ●
		Modellpräferenz und Konfiguration	● ●	● ● ●	● ● ●
		Preisorientierung	● ● ●	● ●	● ● ●
		Finanzierungspräferenz	● ● ●	● ●	● ● ●
	Sales	Veräußerung Alt-Fahrzeug	● ● ●	●	● ●
		Präferenzbildung Händler/Kaufort	● ● ●	●	● ● ●
		Händlerbesuch / Probefahrt	● ● ●	● ●	●
		Angebotseinholung, Konditionen-, Preisvergleich	● ● ●	●	● ● ●
		Kaufentscheidung	● ● ●	●	● ●
		Kaufdurchführung	● ●	●	● ● ●
		Fahrzeugauslieferung/-übergabe	● ● ●	● ●	●
	After-Sales	Produkterlebnis	● ● ●	● ●	● ●
		Nachbetreuung	● ● ●	●	● ● ●
		Service	● ● ●	●	●

* insb. digitale Akteure



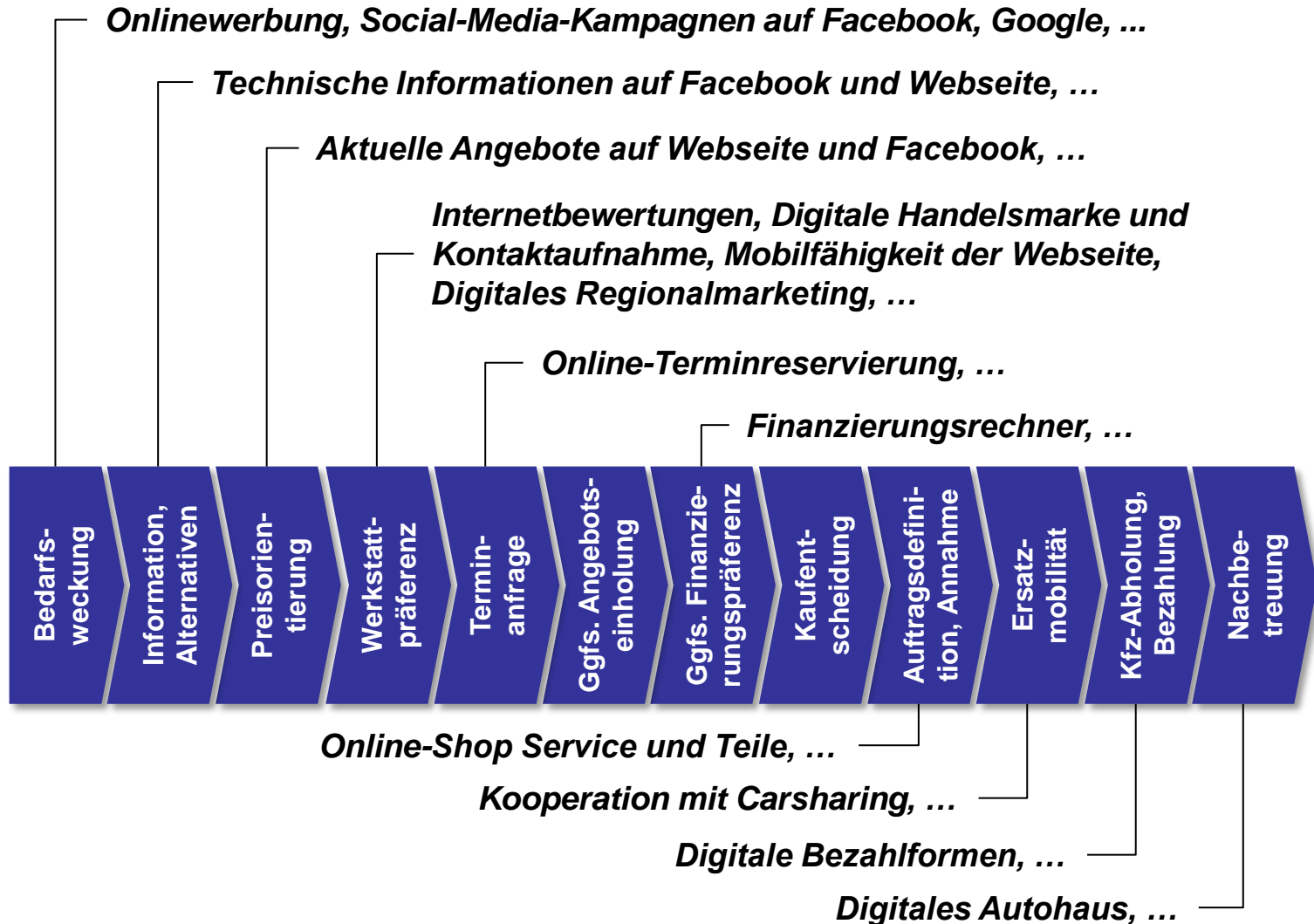
Ansatzpunkte entlang der Customer Journey: Neu- und Gebrauchtwagenfahrzeuge







Die Customer Journey: Service und Teile

		Einfluss durch			Bedeutung digitaler Medien
		Händler	OEM	Andere*	
Customer Journey ↓	Pre-Sales	Bedarfsweckung	● ● ●	● ● ●	● ● ●
		Informationsphase, Alternativensuche	● ●	●	● ● ●
		Preisorientierung	●	●	● ● ●
		Werkstattpräferenz	● ● ●	●	● ● ●
	Sales	Terminanfrage	● ● ●	●	● ● ●
		Ggfs. Angebotseinholung und –vergleich	● ●	●	● ● ●
		Finanzierungspräferenz	● ●	●	● ● ●
		Kaufentscheidung	● ● ●	●	● ● ●
	Durchführ., Aftersales	Auftragsdefinition, Annahme	● ● ●	●	●
		Ersatzmobilität	● ● ●	●	●
		Kfz-Abholung / Bezahlung	● ● ●	●	● ●
		Nachbetreuung	● ● ●	●	● ● ●

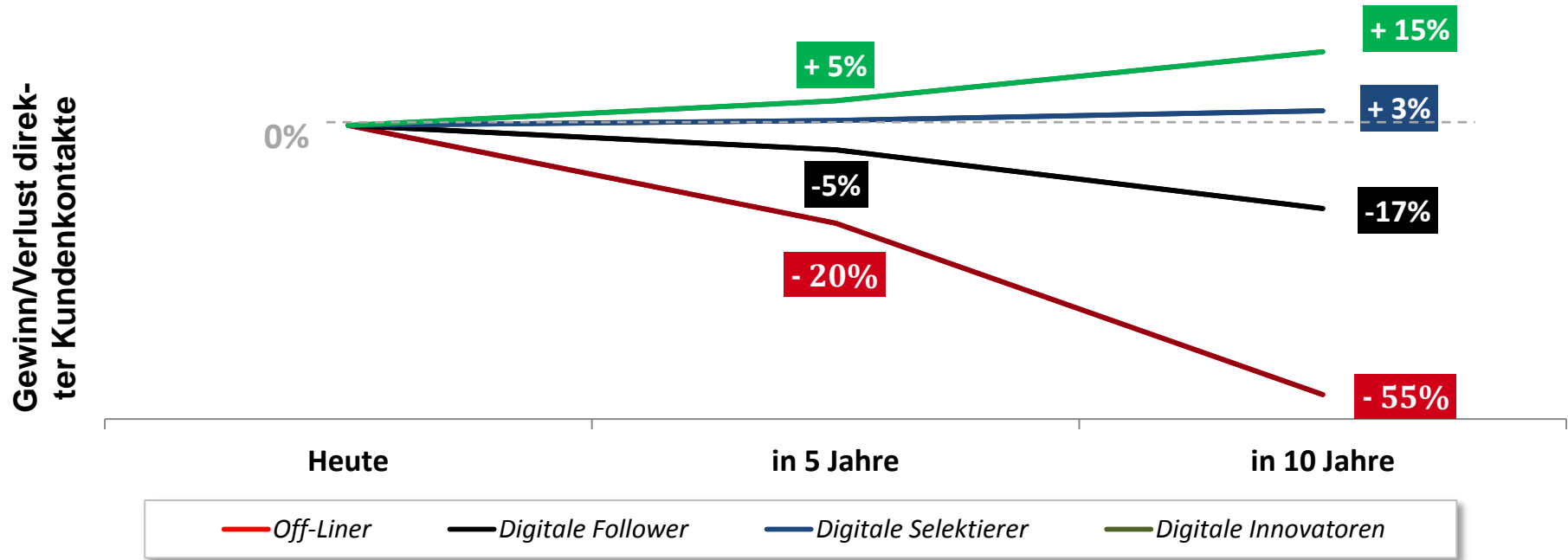
Ansatzpunkte entlang der Customer Journey: Service und Teile



Die vier Basisstrategien für den Autohandel

„Offliner“	„Follower“	„Selektierer“	„Innovator“
			
<p>Haben keine eigenen (nennenswerten) digitalen Initiativen. Sie sind erkennbar an veralteten Webseiten ohne aktuellen Inhalt und Umsatzorientierung sowie an einem unkontrollierten Wildwuchs von Social-Media-Präsenzen. Im Back-Office-Bereich tun sie nur das absolut Notwendige.</p>	<p>Verfügen über keine Digitalstrategie und weisen nur rudimentäre digitale Initiativen auf. Diese sind meist unzusammenhängend. Im Vordergrund steht das Umsetzen der Herstellervorgaben.</p>	<p>Weisen punktuell durchdachte und zielführende digital geprägte Initiativen auf, haben diese aber nicht in einer ganzheitlichen Digitalstrategie zusammengeführt.</p>	<p>Haben einen konsequenten Fokus auf digitale Umsatz- und Kundenkontaktergenerierung. Sie denken systematisch entlang der digitalen Customer Journey und werden selber im Rahmen einer durchgängigen Digitalstrategie aktiv. Sie weisen auch ein erweitertes Selbstverständnis auf, indem sie in neue, digital geprägte Geschäftsfelder der Mobilität vorstoßen.</p>

... und die Konsequenzen



Der Verlust des direkten Kundenkontaktes: Das Schreckgespenst für den Automobilhandel

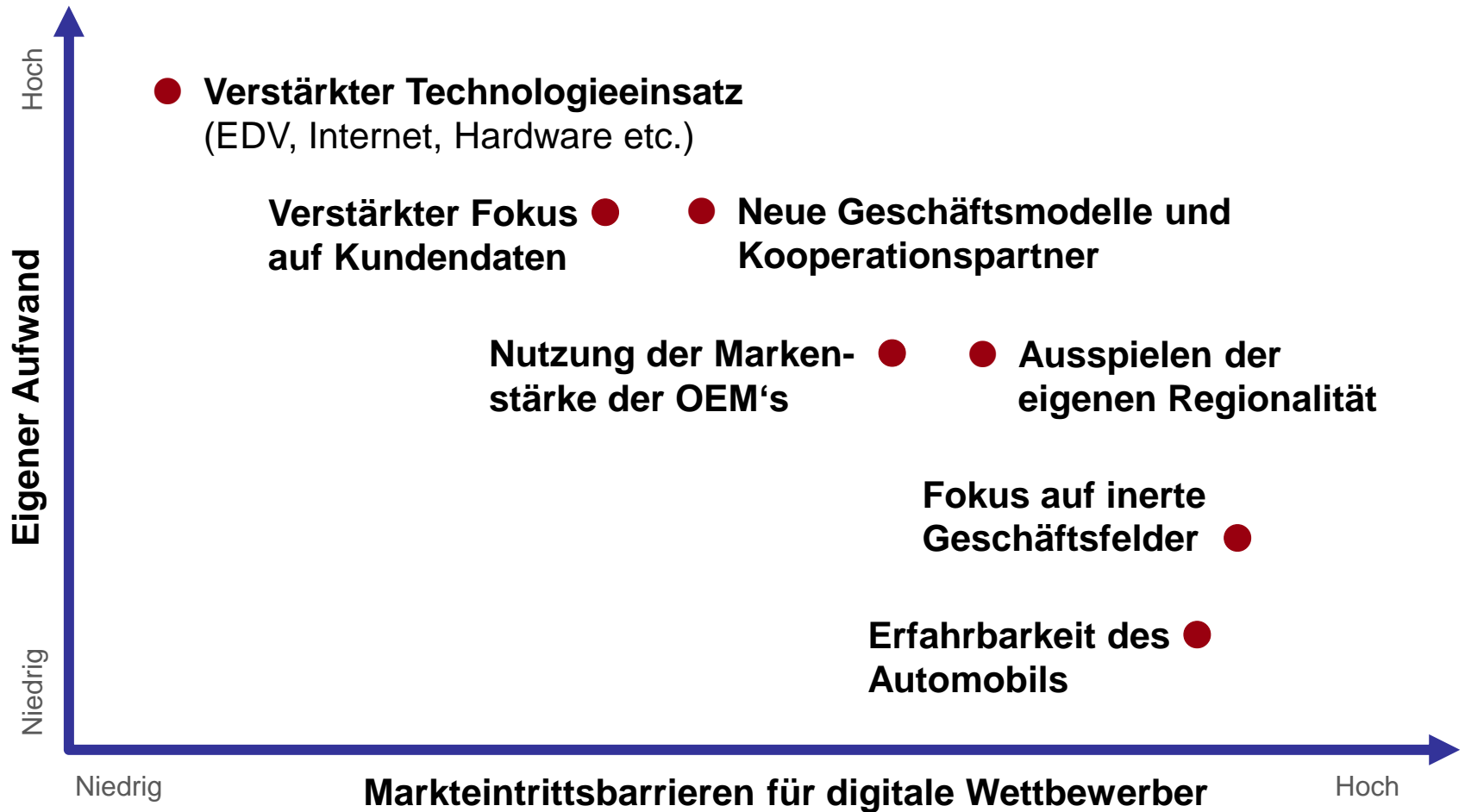


- **90%** der Hotels nehmen Online-Buchungen entgegen.
(Helge Sobig, „Hotelportale versus Hotels: Die Bestpreisversprecher“ auf Spiegel-Online, 2014)
- **37%** der Urlaubsreisen werden online gebucht.
(Verband Internet Reisevertrieb e.V. (VIR), 2014, S. 36)
- **67%** der Gäste buchen Hotelübernachtungen online.
(Statista Onlinebuchung, 2015)

„Das darf uns nicht passieren“

(G, Schürmann, 25. AUTOHAUS Sommerakademie, 2.9.2016, Sylt)

Die Chancen, auf die Sie setzen sollten



Konkrete Handlungsfelder zur Umsetzung der Digitalstrategie in Ihrem Autohaus (Beispiele)

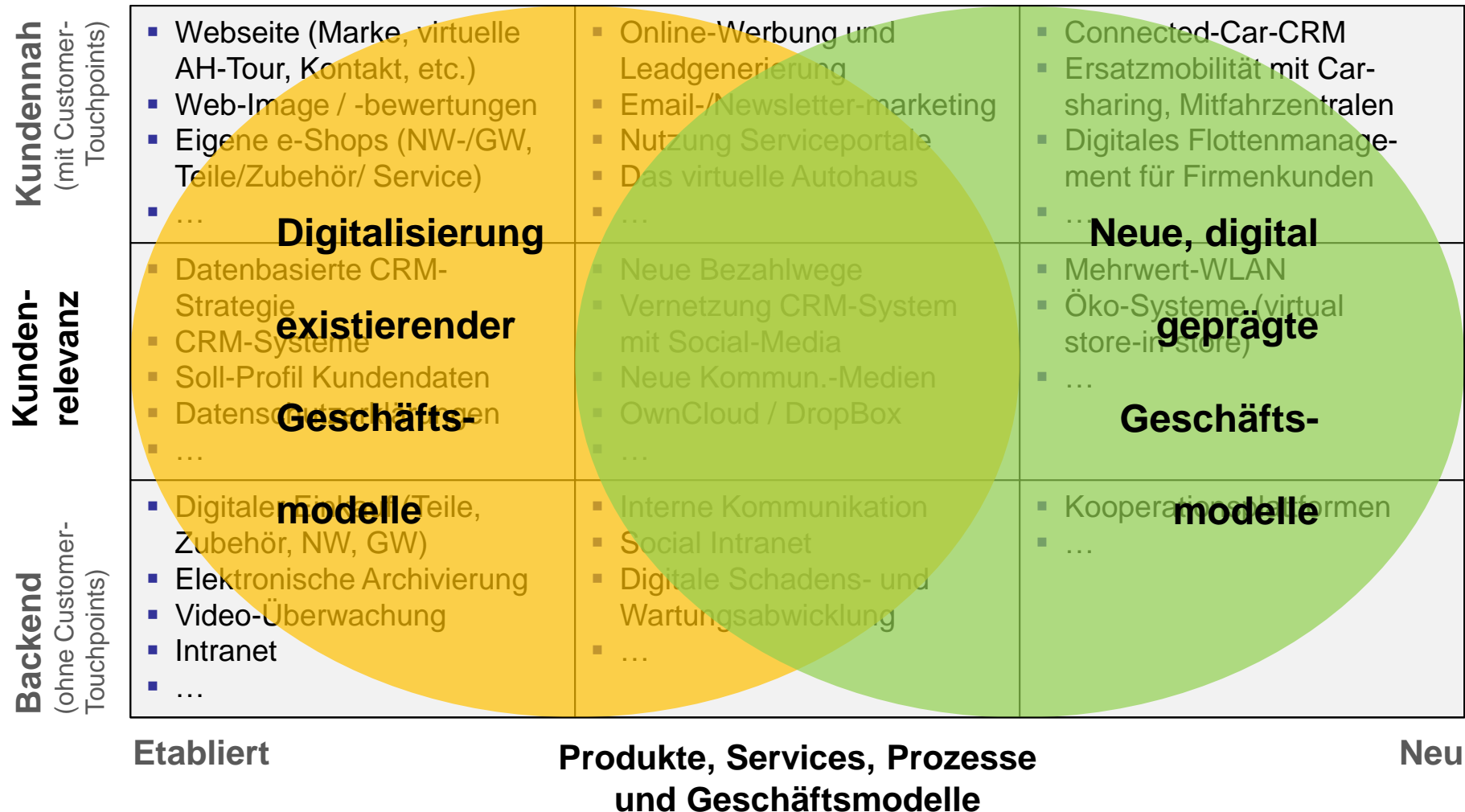




Bild: Bärbel Taubitz / pixelio.de

Praxisbeispiele

Webseite:

Die eigene Handelsmarke in den Fokus!

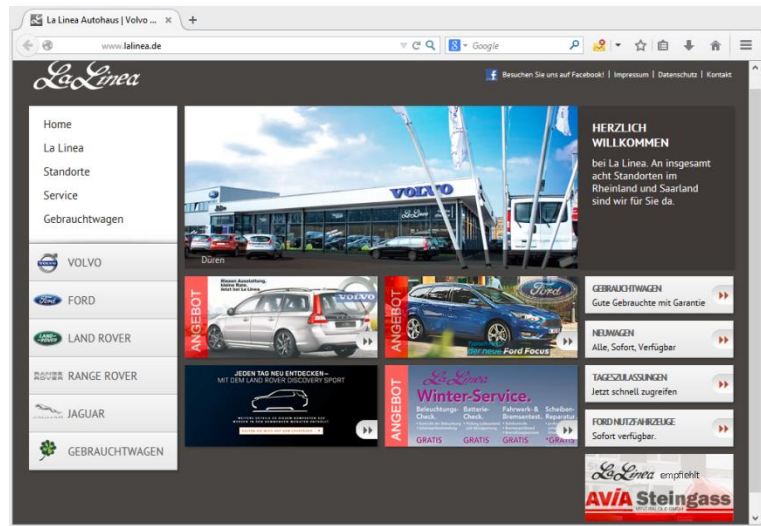
The screenshot shows the website **autoskaufmanbeikoch.de** with the tagline "20 JAHRE BEGEISTERUNG FÜR AUTO UND MENSCH". A red Mazda 3 is the central focus. A chat window on the left asks "SIE SUCHEN EIN AUTO?" and offers online assistance. A price tag for the Mazda 3 lists "inkl. 5 Jahre Garantie²⁾" and a "Barpreis 16.990,- €¹⁾". The top right includes navigation links like "ZUR HAUPTSEITE > HIER", the "KOCH AUTOMOBILE AG" logo, and service promises "GUTE PREISE + GUTER SERVICE" and "ONLINEBERATUNG" with a "Chat starten" button. An "Info-Hotline 030 54 99 88 77" is also displayed. Below the car, technical specifications for fuel consumption and CO2 emissions are provided. Three buttons at the bottom allow users to "ANGEBOT ANFORDERN", "IHR BESTPREIS", or "MEHR INFORMATIONEN". A section titled "AKTUELLE ANGEBOTE" features logos for SEAT, VOLVO, CITROËN, ŠKODA, MAZDA, and a PKW OUTLET CENTER.

- Eine Marke ist dann gut, wenn sie die Frage der Kunden, warum man ein Auto bei Ihnen kaufen sollte, unmissverständlich beantwortet wird.
- Eine Marke ist dann stark, wenn sie bekannt und positiv besetzt ist.



Webseite: Die Mobilfähigkeit Ihrer Website

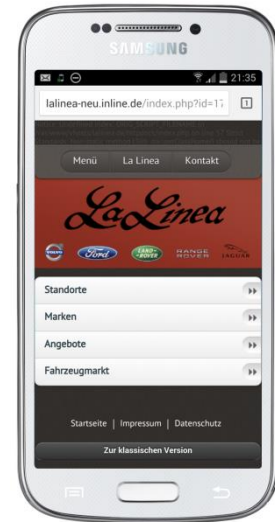
- **28%** der Seitenzugriffe erfolgt über Tablet-PC's ¹⁾
- **50%** der Onliner rufen Netzinhalte von unterwegs auf ¹⁾
- **66%** der Neuwagenkäufer besitzen ein Smartphone ²⁾



Quelle: Internet

Automatische Konvertierung der Webseite auf Mobilgeräte mittels Responsive Design:

- Navigationsstruktur und Menüführung
- Reduzierte/veränderte Text-Inhalte
- Reduzierte Bildauflösung
- Integration von Mobilfunk-Funktionen (z.B. Anruf)
- ...



Quelle: Internet

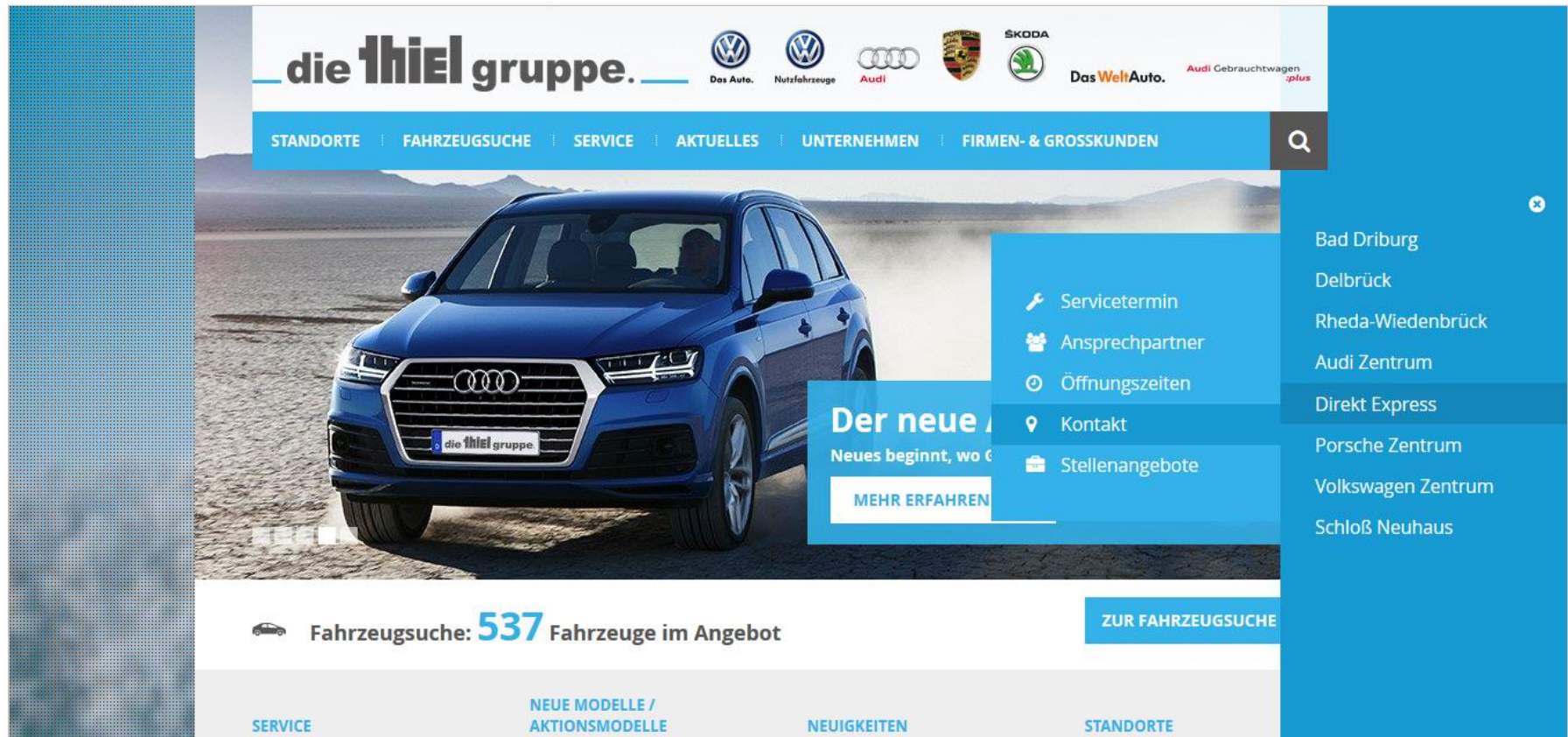


Nur 20,8% der Websites sind mobil-optimiert!

1. ARD/ZDF-Onlinestudie 2014, <http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/>
2. Studie Internet and Automotive Buying, Deutschland, NetPop 2012, Neuwagenkäufer n=503

Webseite: EINFACHE Kontaktaufnahme

Kontaktaufnahme-Menu auf jeder Seite



Quelle: Thiel-Gruppe

Webseite: EINFACHE Kontaktaufnahme

Auf **57%** der Websites kann der Kunde nur schwer mit Ihnen Kontakt aufnehmen!

- Kontaktformulare nicht auffindbar
- Kein Rückrufservice
- >10 Pflichtfelder auszufüllen
- ...

Ungünstig! =>

Besser:

- Nur drei Felder:
 - Name
 - Anliegen
 - Wie dürfen wir Sie kontaktieren?
- Mit dem Versprechen „Wir melden uns bei Ihnen!“

The screenshot shows a contact form titled "Kontaktformular" with the question "Wie können wir Ihnen weiterhelfen?". It contains a dropdown menu for "Servicetermin vereinbaren", a "Betrieb" dropdown set to "Volkswagen Zentrum Paderborn", and three date input fields for "Terminwunsch", "Alternativer Terminwunsch 1", and "Alternativer Terminwunsch 2". Below these are input fields for "Modell", "Fahrgestellnummer", and "Kennzeichen". A large text area is provided for "Gewünschte Serviceleistungen". The bottom section contains fields for "Anrede" (with a "Bitte wählen" dropdown), "Vorname", "Nachname", "Firma", "Straße / Hausnr.", "PLZ / Ort", "Telefon / Mobil", "Telefax", and "E-Mail-Adresse". A checkbox at the bottom states "Ich habe die Datenschutzhinweise gelesen und akzeptiere diese." with a link to the privacy policy. A legend indicates that asterisks (*) denote mandatory fields.

Webseite: Ankaufsignale senden

The screenshot displays the Löhrgroupe website, which is dedicated to buying used cars. The header features the Löhrgroupe logo (founded 1892) and a search bar for vehicle numbers. Below the header, there are logos for various car brands: VW, VW Nutzfahrzeuge, Audi, Porsche, Skoda, Toyota, and Lexus. A navigation menu includes links for LÖHRGRUPPE, STANDORTE, NEUWAGENINFO, FAHRZEUGE (highlighted), NEWS & ANGEBOTE, GROSS- UND FIRMENKUNDEN, and ÜBER UNS. A sidebar on the right offers services like Rückruf-Service, Ansprechpartner finden, Servicetermin anfragen, and Anfrage senden. The main content area has a large banner that reads "Wir kaufen Ihre Gebrauchten." (We buy your used cars) and "Auch wenn Sie kein Auto bei uns erwerben." (Even if you don't buy a car from us). Below this, there's a section for "RENAULT WIEN" with a hotline number +43 1 68020-0. The Renault section includes a navigation bar with links for AKTIONEN, NEUWAGEN, GEBRAUCHTWAGEN (highlighted), ELEKTROFAHRZEUGE, SERVICE, FIRMENKUNDEN, and KONTAKT. Underneath, there are links for GEBRAUCHTWAGEN SUCHE, GEBRAUCHTWAGEN DER WOCHE, 7 STERNE GEBRAUCHTWAGEN, WIR KAUFEN IHREN GW (highlighted), and GEBRAUCHTWAGEN FINANZIERUNG. The main content area for Renault features a cartoon character pointing to a car, with the text "WIR KAUFEN IHREN GEBRAUCHTEN" and bullet points: "ZU TOP KONDITIONEN" and "SCHNELL UND UNBÜROKRATISCH". Below this, there's a section titled "WIR KAUFEN IHREN GEBRAUCHTEN" with a form to fill out. On the right side, there's a sidebar with links for PROBEFAHRT, SERVICETERMIN, RÜCKRUF, NEWSLETTER, and ANFAHRTSPLAN. The footer of the Renault section includes the URL <http://www.renault-wien.at/web/gebrauchtwagen/wir-kaufen-ihren-gw>.

Löhrgroupe 1892

Fahrzeugnummer suchen

Das Auto. Nutzfahrzeuge Audi PORSCHE SKODA TOYOTA LEXUS

Rückruf-Service
Ansprechpartner finden
Servicetermin anfragen
Anfrage senden

LÖHRGRUPPE STANDORTE NEUWAGENINFO **FAHRZEUGE** NEWS & ANGEBOTE GROSS- UND FIRMENKUNDEN ÜBER UNS [WUNSCHWAGEN.DE](#)

Wir kaufen Ihre Gebrauchten.

Auch wenn Sie kein Auto bei uns erwerben.

Löhrgroupe 1892

STARTSEITE » FAHRZEUGE » GEBRAUCHTWAGEN-ANKAUF

GEBRAUCHTWAGEN ANKAUF · AUTO ANKAUF · FAHRZEUGANKAUF · AUT

Sie wollen Ihr Auto verkaufen?
Wir kaufen Ihren Gebrauchtwagen an - unabhängig vom Hersteller.

www.loehrgruppe.de

RENAULT WIEN **HOTLINE: +43 1 68020-0**

AKTIONEN NEUWAGEN **GEBRAUCHTWAGEN** ELEKTROFAHRZEUGE SERVICE FIRMENKUNDEN KONTAKT

GEBRAUCHTWAGEN SUCHE GEBRAUCHTWAGEN DER WOCHE 7 STERNE GEBRAUCHTWAGEN **WIR KAUFEN IHREN GW** GEBRAUCHTWAGEN FINANZIERUNG

WIR KAUFEN IHREN GEBRAUCHTEN

» ZU TOP KONDITIONEN
» SCHNELL UND UNBÜROKRATISCH

WIR KAUFEN IHREN GEBRAUCHTEN

Sie wollen Ihr altes Fahrzeug eintauschen oder zurückgeben? Füllen Sie das nachfolgende Formular aus und wir setzen uns mit Ihnen in Verbindung.

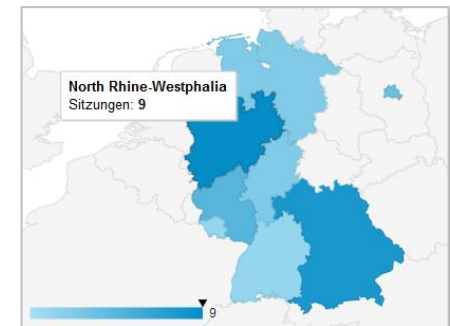
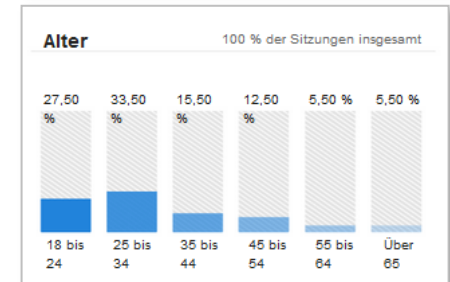
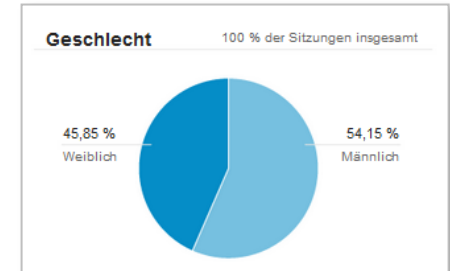
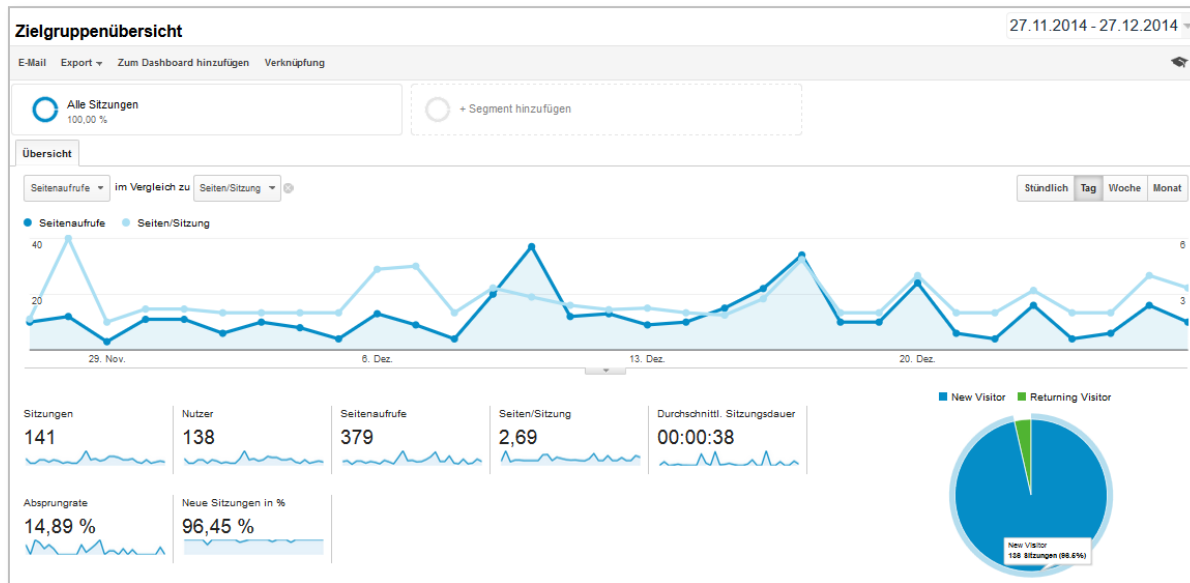
<http://www.renault-wien.at/web/gebrauchtwagen/wir-kaufen-ihren-gw>

PROBEFAHRT
SERVICETERMIN
RÜCKRUF
NEWSLETTER
ANFAHRTSPLAN

Webseite: Zielgruppenmessung, Webseiten-Optimierung

Google Analytics (www.google.com/analytics) bietet Ihnen kostenlos eine detaillierte Zielgruppenanalyse Ihrer Webbesucher, inkl. Benchmark-Daten:

- Nach Geschlecht, Alter, Region, Interessen, Sprache, ...
- Nach Häufigkeit, Neu/Wiederkehrer, Abbruchraten, Click-Flow, Technologie, Stationär/Mobil, ...



Nur 47,2% der Websites haben Google Analytics oder Piwik installiert!

Ihr Web-Image entscheidet bereits über die Kontaktaufnahme eines Kunden









- Händlerbewertungen auf sozialen Medien sind für **39%** der 18-29-jährigen und sogar **23%** der über-50-jährigen kaufentscheidend.¹⁾
- **83%** der Kunden nutzen soziale Medien bei der Recherche vor dem Autokauf (**91%** der 18-34-Jährigen). Im Zentrum steht die Meinung anderer Verbraucher.²⁾
- **64%** der Konsumenten vertrauen Online-Konsumentenempfehlungen (2. Platz nach persönlichen Empfehlungen von Bekannten).³⁾
- **59%** der Befragten sind bei positiven Social-Media-Bewertungen eher zum Kauf bereit.²⁾

Bei der Präferenzbildung für ein Autohaus kommt Social-Media sogar vor Web-Seite!

Wo und wie findet Bewertung im Internet statt?

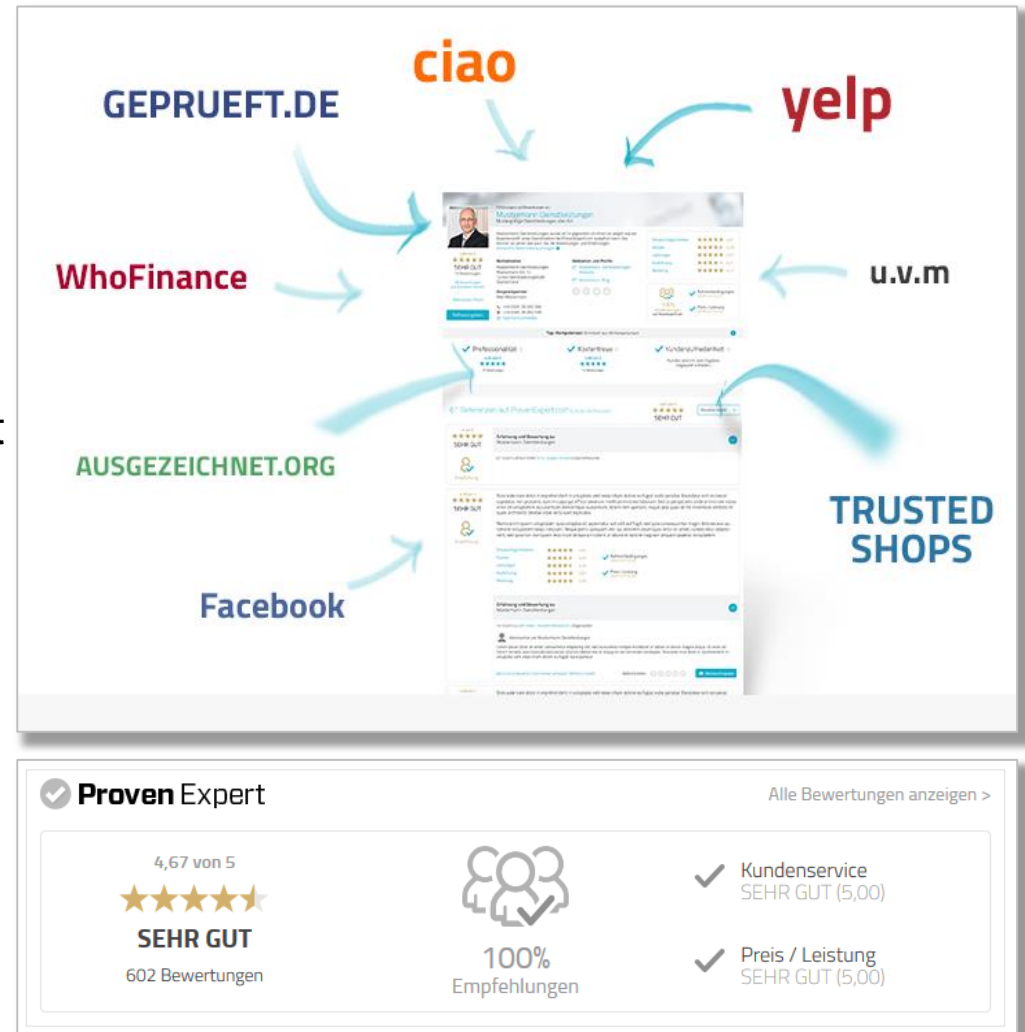
Art der Plattform	Quantitativ (1-5 Sterne)	Qualitativ (Freitext)	Strukturiert (Kriterien)
Soziale Medien (z.B. Facebook, Google+ etc.)	Ja	Ja	Nein
Spezielle Bewertungsportale <ul style="list-style-type: none"> ▪ Empfehlungsportale (z.B. werkstattkenner, autoplenum etc.) ▪ Feedbackportale (z.B. kununu etc.) 	Ja	Ja	Ja
Elektronische Marktplätze (z.B. Amazon, Otto etc.)	Ja	Ja	Nein
Aggregatoren (z.B. Google, Yelp etc.)	Ja	Nicht immer	Nein
Sonstige (z.B. meinprospekt etc., oft nur regional relevant)	Ja	Nicht immer	Nein

Die relevantesten speziellen Bewertungsportale für den Automobilhandel und -service

Plattform	Bewertungs- schema	Qualität	Aktuali- tät	Transpa- renz	Dialog- möglich- keit	Gesamt- Ergebnis
	● ● ● ●	● ● ●	● ●	●	● ●	● ● ●
	●	● ●	● ●		●	●
 	● ●	● ● ● ●	● ●	● ● ● ● ●	● ● ● ● ●	● ● ● ● ●
	● ● ● ● ●	● ● ● ●	● ●	● ●	● ● ●	● ● ●
	● ● ● ●	● ●	● ● ● ●	●	● ●	● ● ●
	● ● ● ● ●	● ● ●	● ● ● ●	● ● ● ●	● ●	● ● ● ● ●
	● ● ● ●	● ●	● ●	● ● ●	● ●	● ● ●

So überwachen Sie Ihr Webimage „automatisch“

- Start-Up-Unternehmen
www.provenexpert.com
- Bündelt alle Internetbewertungen mit diversen Zusatzfunktionen
- Präsentiert die Summe aller Bewertungen auf Ihren Websites
- Kosten: 0€, 7,50€ - 49€ p. Monat



Ihr Web-Image: So bekommen Sie viele Bewertungen:

Wählen Sie 1-2 Plattformen aus, auf denen sie bewertet werden wollen und machen Sie Ihre Kunden systematisch darauf aufmerksam.

Tischaufsteller



Hinweise im Visitenkartenformat



Zusätzlich auf

- WWW-Seite
- Facebook
- Rechnungen
- Angeboten
- ...

Der Händler-eigene E-Shop für Service, Teile, Zubehör

Eigener E-Shop

REIFEN ONLINE-SHOP

No.	Dimension	Hersteller	Ausführung	Preis	Inkl. Montage
10.60 R 16 109 Q		Falken - Landair LAUF T110	TT	117,90	
10.60 R 16 109 Q		Yokohama - Geolander IT (0071)		124,90	
10.60 R 16 109 Q		Yokohama - Geolander A/T-8 (0012)		132,90	
10.60 R 16LT 109 Q		Goodyear - Wrangler Duratrac	PR. OWL	131,90	
10.60 R 16 109 Q			OWL	137,90	
10.60 R 16 109 Q			OWL	131,90	
10.60 R 16 109 Q			OWL	157,90	
10.60 R 16 109 Q			OWL	177,90	
10.60 R 16 109 Q				269,90	
10.60 R 16 109 Q				55,90	

Quelle: Internet

eBay-Shop

Quelle: Internet

Der Händler-eigene e-Shop für Fahrzeuge - Endlich!

The image displays two overlapping screenshots of the BERESA website, which is an e-commerce platform for vehicles. The top screenshot shows the search results page, while the bottom screenshot shows the checkout process.

BERESA LEIDENSCHAFT FÜR BEWEGUNG

Navigation: Home | Anbieterangaben | Datenschutz

Suchergebnisse: Sie befinden sich hier: Home » Suchformular » Ihr Suchergebnis

[190] Fahrzeuge gefunden. Fahrzeuge/Seite: 10 - 25 - 50 Sortierung nach

Suche verfeinern

- 1. Fahrzeug
Marke: smart
Modell: Beliebig
- 2. Fahrzeug
Marke: Beliebig
Modell: Beliebig
- 3. Fahrzeug
Marke: Beliebig
Modell: Beliebig

300 € PREISVORTEIL + KOSTENLOSE LIEFERUNG

[Zurück zum Suchformular](#)

smart fortwo

Fahrzeugbild folgt

Karosserieform:
Kraftstoffart:
Getriebe:
Standort:
Fahrzeugart:

Verbrauch (kombiniert)
CO2-Emissionen:

Laufleistung
44.900 km

Bestellung bestätigen

1 Meine Daten 2 Versand & Zahlungsart 3 Bestellung bestätigen

Rechnungsadresse
tim test
Musterfirma
Bingner Str. 1
50231 Diemen
[Ändern](#)

Lieferadresse
tim test
Musterfirma
Bingner Str. 1
50231 Diemen
[Ändern](#)

Zahlungsart
Überweisung
[Ändern](#)

Ihr Fahrzeug

Beschreibung
smart fortwo mhd aus 1. Hand mit Klimaanlage
Fahrzeugart: Gebrauchtwagen
Klasse: ForTwo
Einzulassung: 02/2013
Karosserieform: Sportwagen/Coupe

Vorteile

☐ Ja, ich habe die AGB's gelesen und stimme diesen zu. *

☐ Ja, ich habe die Widerrufsbelehrung gelesen und stimme dieser zu. *

[Schritt zurück](#) [Jetzt verbindlich bestellen](#)

Live-Chat online
[Chat-Support öffnen](#)

Das virtuelle Autohaus (ASC)

The screenshot shows a web browser window with the URL `merco-autohaus.selise.ch/de/web-care/#/profile`. The page is titled 'Mein Profil' and features a user profile for Niki Lauda. The profile includes sections for 'Persönliche Informationen', 'Unternehmen', and 'Versicherung'. An overlay diagram on the right side of the page illustrates the 'Autohaus APP' as a central hub connected to various services: Kundendaten, Kontakt, Terminvereinbarung, Fahrzeug Suche, Individuelle Angebote, Mobilitätsangebote, Events, Shop, and a 'Speichern' button.

Mein Profil

Niki Lauda
niki@lauda.com

Mein Profil
Meine Wagen
Passwort ändern
Kurznachrichten
Abmelden

MEIN SERVICE

- Mein Kalender
- Pendente Reparaturen
- Abholservice
- Abrechnung

Persönliche Informationen:

Mobiletelefon:
43 16 9808999

Ort:
Wien, Österreich

Unternehmen

Firmenname:
Lauda AG

Telefon:
43 98 9899033

Versicherung

Versicherungsunternehmen:
Allianz Direct

Autohaus APP

- Kundendaten
- Kontakt
- Terminvereinbarung
- Fahrzeug Suche
- Individuelle Angebote
- Mobilitätsangebote
- Events
- Shop
- ...

Speichern










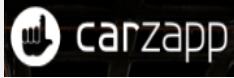
Quelle: ASC AG, Böblingen

Login-Bereich auf Ihrer Webseite für Ihre Kunden

- Alle Kfz-Informationen, Versicherungen/Leasingverträge/Finanzierungen, Rechnungen, Reifenprofil, Kontaktaufnahme, offene Reparaturen (z.B. Rechnungshinweise), Bezahlung etc.
- Für Desktop, Mobiltelefon, Tablet, ggfs. als App

Kooperationsmodelle für intermodale Mobilitätsdienstleistungen



3. Intermodale Mobilitätsdienstleistungen <i>=> Anbieter von intermodaler, situativ passender Mobilität</i>	<div> Vernetzte Mobilitätslösungen   </div> <div> Kuratierte/r Kfz-Nutzung/Kauf ... </div>
2. Erweiterte Geschäftsfelder <i>=> Mehrwertdienstleistungen, Kundenbindung</i>	<div> Effizientes Fahren   Elektr. Fahrtenbuch </div> <div> Parkplatzfinder  ... </div>
1. Ergänzung vorhandener Geschäftsfelder <i>=> Ressourcennutzung, neue Kundenkontakte</i>	<div> Vorführgewagen   Überführungen </div> <div> Car-Sharing-Flotte   Flottenmanagement </div> <div> Ersatzmobilität  ... </div>
<p>Namen und Logos stellenbeispielhafte, in Frage kommende Kooperationspartner dar.</p>	B2C und B2B

Kundendaten sind das Öl des 21. Jahrhunderts

Systematisch Kundendaten sammeln und pflegen

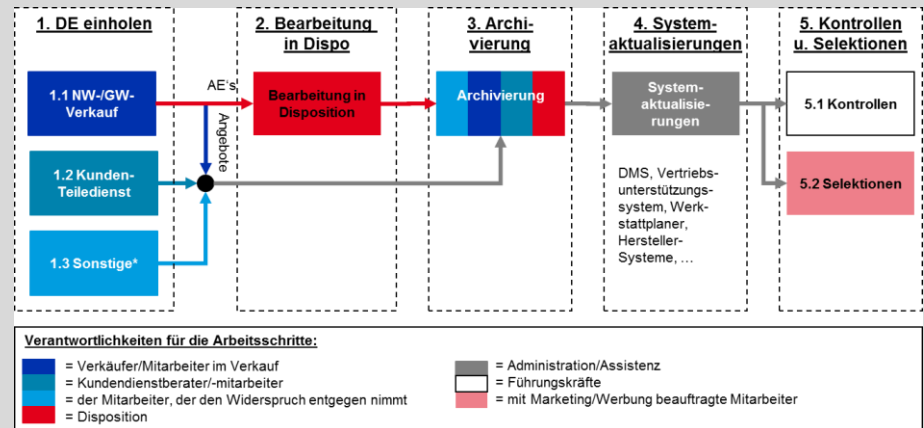
z.B. Checkliste Kundendaten

Checkliste Kundendaten			
Rubrik		Daten hier eintragen	Art*
Name	Vorname		
	Nachname		
	Adelstitel		
	Akademische Titel		
Adresse	Str. und Hausnummer		
	PLZ		
	Ort, Land		
	Name Arbeitgeber		
	Str. und Hausnummer		
	PLZ		
Kontaktdaten	Ort, Land		
	Festnetz		
	Handy		
	Email		
	Fax		
	...		
	Festnetz		
	Handy		
	Email		
	Fax		
Berufliches	Berufliche Stellung		
	Nutzt Firmenfahrzeug		
Familienstatus	Verheiratenstatus		
	Anzahl Kinder		
	Alter der Kinder		
Autos in Familie	Anzahl gefahrene Autos		
	Fremdmarken		
	Wiedermotorisierungszeitpunkt		
Freizeit	Hobbies		
	Vereinsmitgliedschaften		
Präferenzen	Service		
	Verkauf		
	...		
	...		
	...		
	...		
	...		
	...		
	...		
	...		

* Art: N = Neuerfassung, K = Korrektur

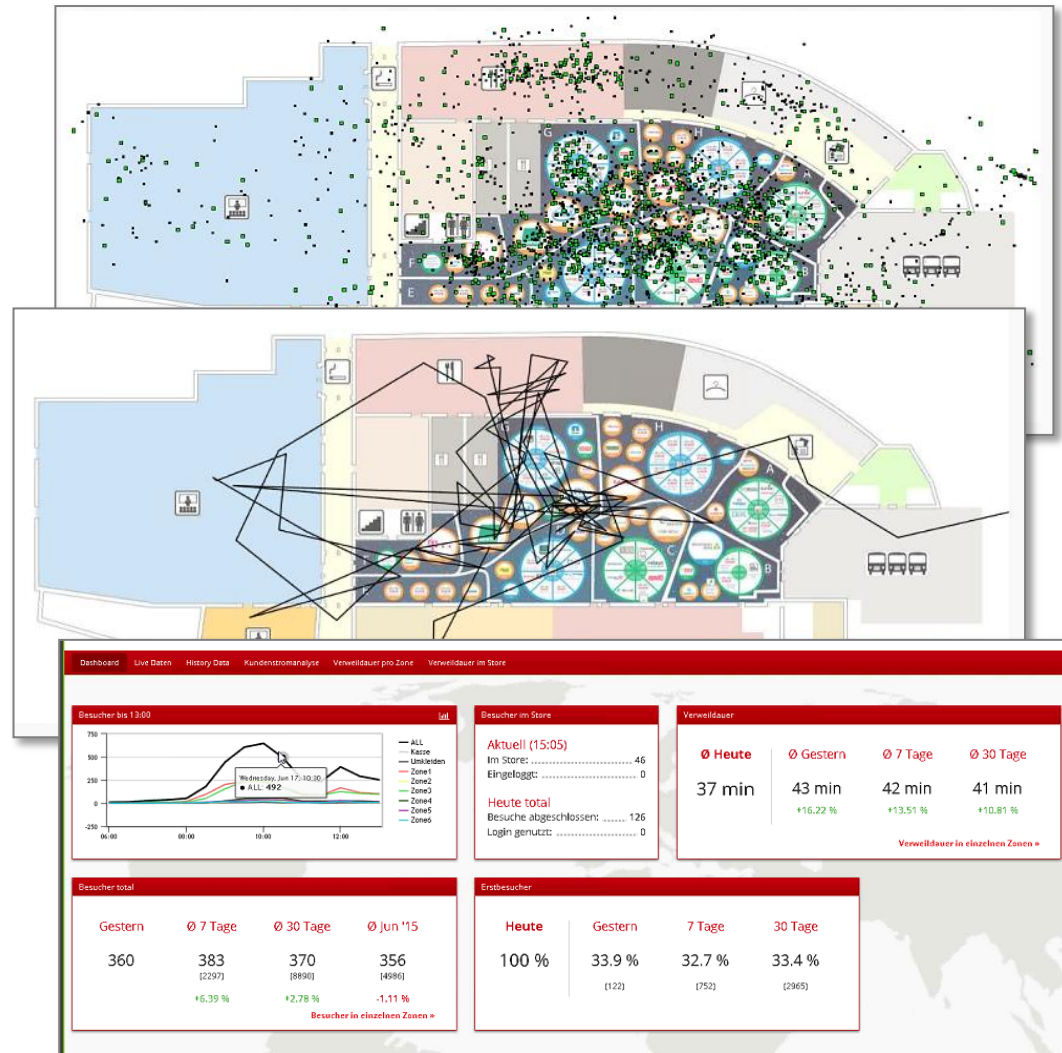
Datenschutzerklärungen der Kunden einholen

- So viele und so breit wie möglich!
- Erfolg messen und kontrollieren!
- Systemaktualisierungen beachten:

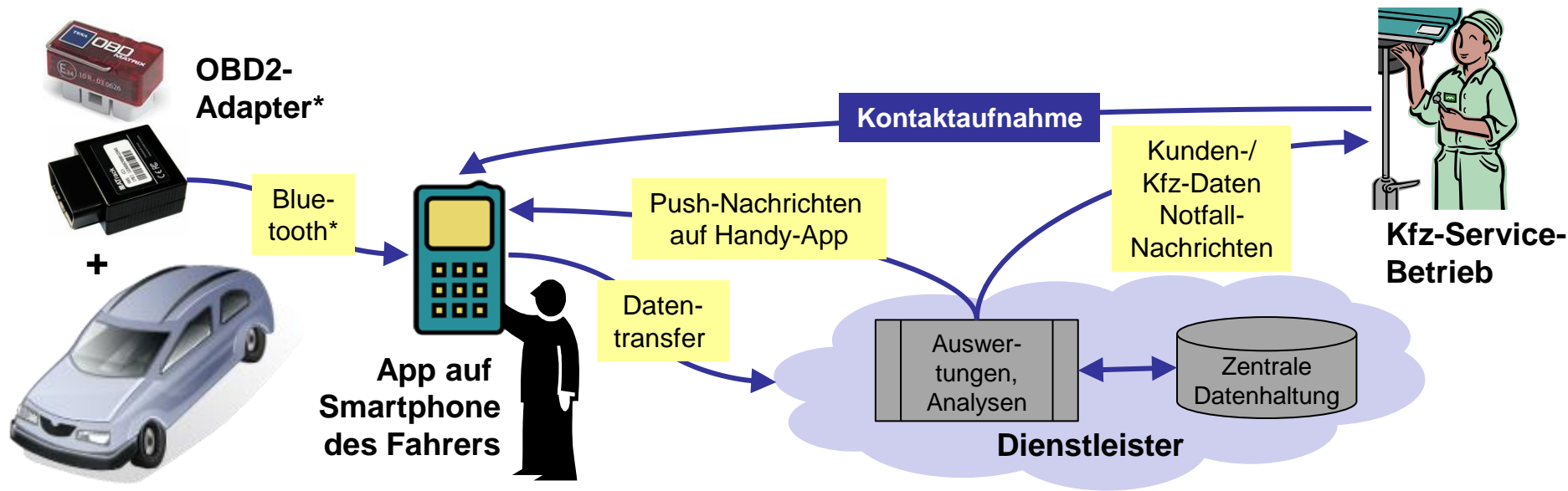


Wifi-Mehrwert-System im Autohaus

- Jedes Mobilgerät, welches mit eingeschaltetem WLAN-Modul Ihr Haus/Hof betritt wird erfasst.
- Nutzen:
 - Erstellen von Bewegungsprofilen
 - Optimierung Präsentationsflächen
 - Auswertungen über Besucherhäufigkeiten, -dauern, Wiederkehrer etc.
 - Mehrwertfunktionen für Kunden: *Navigation zum Wunschauto, Vorschlägen ähnlicher Autos, Verkäufer-Ruf, Soziale Funktionen zu einem bestimmten Auto, Aktive Preisschilder/Terminals, ...*
 - Mehrwertfunktionen für AH-Mitarbeiter: *Kundenalarm auf Außenflächen, Zusätzliche Kundendaten zur Kundenansprache, ...*



Neue Technologien: Connected Car und CRM - heute bereits erhältlich



➔ Eignet sich hervorragend für Gebrauchtwagen und Firmenkunden!

* Bei einigen Lösungen enthält der Adapter ein GSM- und ein GPS-Modul

Kundenkommunikation mit WhatsApp



35 Mio WhatsApp-Nutzer in Deutschland (68,7% Marktanteil)

So können Sie WhatsApp heute im Autohaus einsetzen:

Individueller Kundenkontaktkanal:

1. Gesondertes Endgerät und SIM beschaffen
2. Zuständigkeiten klären
3. Kunden auf Kontaktkanal hinweisen (eigene Telefonnummer anbieten)
4. Anfragen bearbeiten

Anwendungsfälle:

- Fertigstellung Werkstattauftrag
- Ersatzteilbestellung mit Foto
- Standortübertragung für Hol-Bring
- Rückrufbitte
- Erläuterungen zu Fahrzeugmeldungen

Bsp.: Autohaus Gottron, Ostermaier-Holzer

WhatsApp-Newsletter:

1. Gesondertes Endgerät und SIM beschaffen
2. Newsletterkonzept erstellen
3. WhatsApp-Broadcast-Liste erstellen
4. Kunden auf WhatsApp-Broadcast-Liste einladen
 - Kunden-Telefonnummer mit Einverständniserklärung einsammeln (Double-Opt-In!)
 - Kunden-Telefonnummer auf Broadcast-Liste eintragen
5. WhatsApp-Newsletter an Broadcast-Liste verschicken



Aktuell beginnen Agenturen über offizielle WhatsApp-Schnittstellen Dienstleistungspakete anzubieten.





Bild: Bärbel Taubitz / pixelio.de

Zusammenfassung

Der digitale Wandel bietet neue Geschäftsmöglichkeiten für Autohäuser

Ihr individueller Weg mit Ihrem Autohaus:

- Sicherstellung und Intensivierung der Kundenkontakte
- Infragestellung und Erweiterung des Geschäftsmodells
- Fokus auf (Kunden-)Daten und neue Technologie
- Integration und Weiterentwicklung der Mitarbeiter

Gestern

„Blech verkaufen und reparieren“

- Hardwarefokus
- Geringe Skalierbarkeit
- Produktorientierung
- Ressourcenintensiv

Morgen

Kompetenzpartner für Mobilität

- Mehrwertfokus für Kunden
- Daten-/Softwareorientierung
- Offen, Community-driven
- Flexibel, erweiterbar, skalierbar



Zusammenfassung

- Die Digitalisierung des Lebens ist keine Modeerscheinung!
➔ **Sie hat gerade erst begonnen!**
- Nutzen Sie die sich bietenden Chancen
➔ **Definieren Sie Ihre eigene Digitalstrategie!**
- Werkzeuge und Dienstleistungen sind alle vorhanden!
➔ **Kooperieren Sie mit den Innovatoren!**
- Mit Ihren Produkten, Kundenkontakten und regionalem Bezug verfügen Sie über die besten Voraussetzungen!
➔ **Gehen Sie es an!**

Reiten Sie die digitale Welle!



Albrecht E. Arnold / pixelio.de





Bild: Bärbel Taubitz / pixelio.de

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Kontakt:

**Steinaecker
Consulting**

Dr. Jörg v. Steinaecker
Überm Rath 25
56072 Koblenz

Email: info@steinaecker-consulting.de
Tel.: +49 (0)174 4613132
Fax: +49 (0)3212 1235374
URL: www.steinaecker-consulting.de



Erhältlich unter
<http://www.springer-automotive-shop.de>



Neue Geschäftsmodelle: Fahrzeugtausch mit carexgo

Die Lösung für den Verkauf... X +

carexgo.de

Suchen

beta

VERKAUF, KAUF UND TAUSCH VON FAHRZEUGEN

VERKAUFEN
KAUFEN

Startseite
Über die Plattform
Marktanalyse
Medien
Mein carexgo

f
t
B
o

Cars24

matik
Audi A7 / Limousine / EZ 02/2013 / 55.600km / Diesel / Automatik
00:31:00 / € 39.900 (Brutto) /
Volkswagen T5 Transporter 2.0TDI Lang / Kastenwagen / EZ 09/2012 / 976.052km / Diesel / Schaltgetriebe
04:48:53 / € 12.971 (Brutto) /
Audi A6 / Kombi / EZ 08/2012 / 86.834km / Die
04:49:12 / € 24.000 (Brutto) /

ID-Nummer eingeben

CarsNew
Cars
Cars24
Cars-Ex
Mein Cars

Aufleger / Anhänger

PKW

Transporter

Sattelzugmaschinen (SZM)

LKW

Hol Dir deinen
Preis
in 24 Stunden

News

26 Sep 87 Zurück in die Vergangenheit
Weil das Interesse am „DeLorean DMC-12“ so groß ist, haben wir uns hier auf der IAA in Frankfurt nochmal ausführlicher mit dem Fahrzeughalter Steven...
Weiterlesen...

Testdrives

09 Sep 124 Citroen Grand C4 Picasso: Familien-Designstück

Bewertungen der Autobesitzer

14 Sep 71 Mercedes-Benz CLS: geht ab!

Mercedes-Benz B 180

Van/Kleinbus
EZ 05/2012
90kW(122 PS)
22.600km
Benzin
Schaltgetriebe

Audi Q7

Limousine
EZ 11/2006
171kW(233 PS)
156.000km
Diesel
Automatik

Renault Espace

Van/Kleinbus
EZ 09/2007
110kW(150 PS)
139.000km
Diesel
Schaltgetriebe

BMW 520d

Limousine
EZ 05/2009
130kW(177 PS)
190.000km
Diesel
Automatik

Fiat Doblo

Van/Kleinbus
EZ 08/2008
62kW(84 PS)
70.000km
Diesel
Schaltgetrieb

Folie 52

AUTOHAUS
akademie

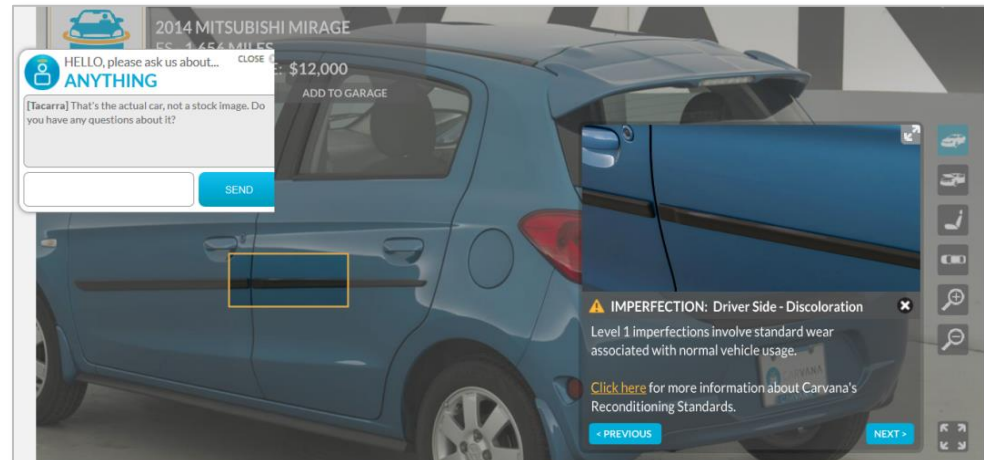
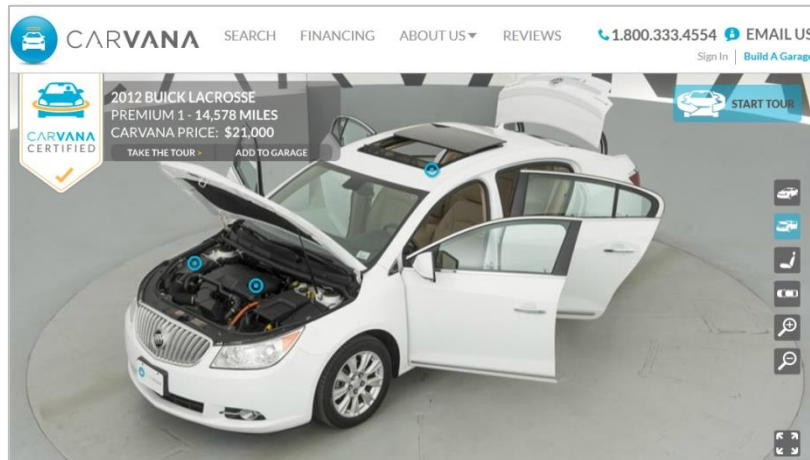
MEMBER OF
INNOVATIONPOINT

Steinaecker
Consulting

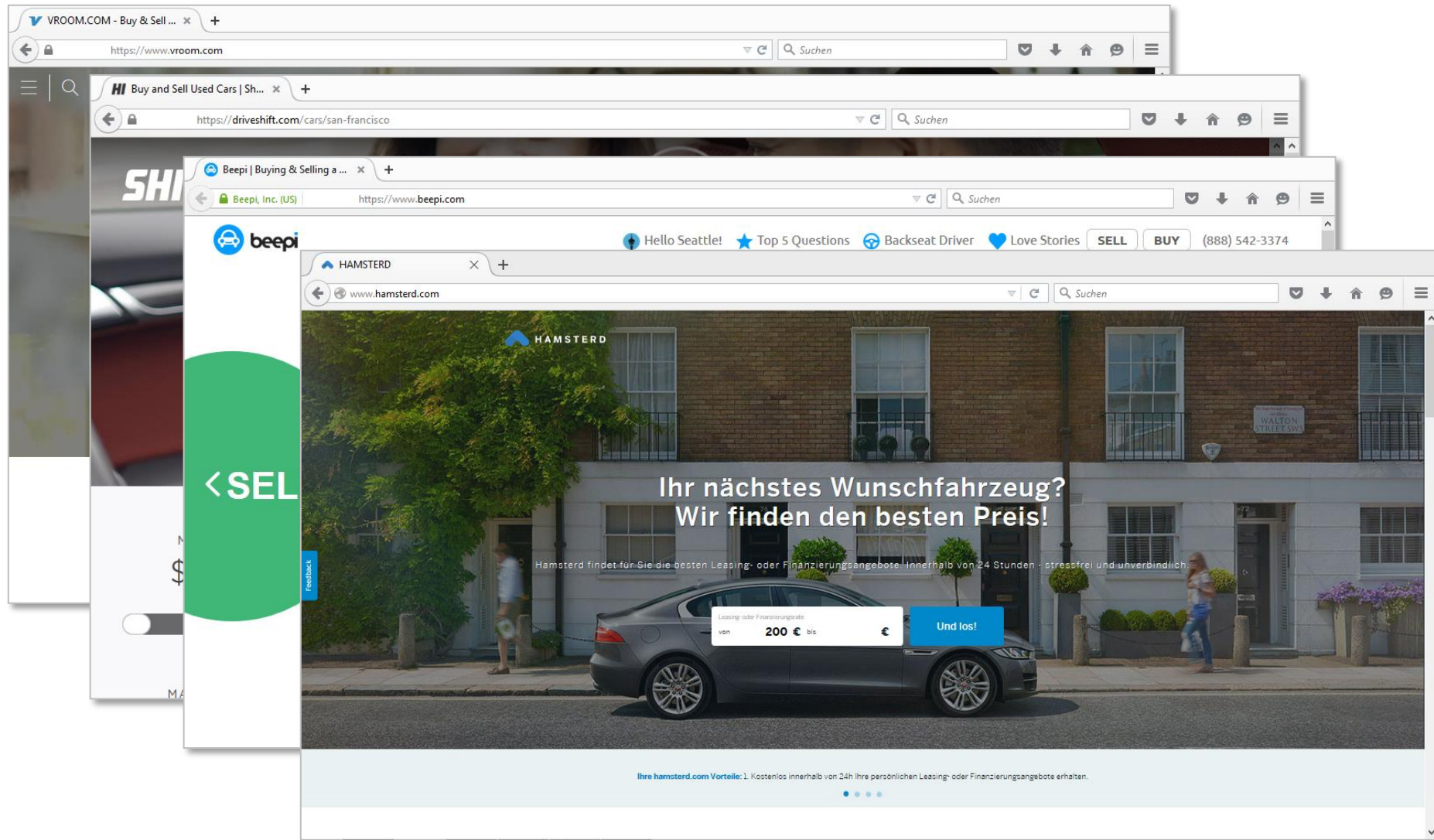
Wettbewerber als Regel-Brecher („Disruptoren“): GW-Vertrieb über Internet

www.carvana.com

- Perfekte GW-Präsentation im Internet, inkl. Schäden
- Beratung ausschließlich online oder telefonisch
- Lieferung nach Hause oder Abholung im „Garagenautomaten“
- 7 Tage Probefahrt bzw. kostenlose Rückgabegarantie
- Wirbt mit Einsparung von 2.000\$ „Händlerkosten“

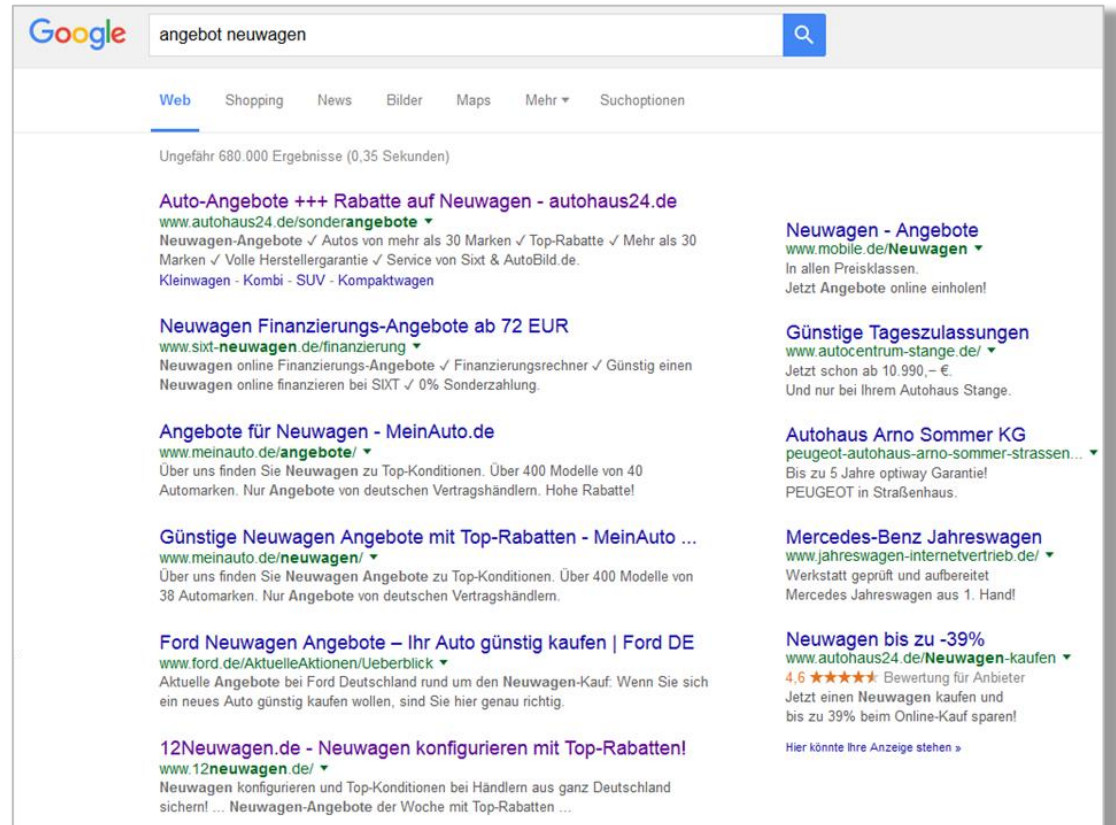


Und davon gibt es viele ... NW-/GW-Vertrieb über Internet



NW-Vertrieb über das Internet: Wettbewerber sind längst online

- 1 www.12neuwagen.de
- 2 www.apl.de
- 3 www.autohaus24.de
- 4 www.carneoo.de
- 5 www.carsagentur24.de
- 6 www.carworld-24.de
- 7 www.intercar-24.de
- 8 www.meinauto.de
- 9 www.mobile.de
- 10 www.netcar.de
- 11 www.neuwagen24.de
- 12 www.newcar24.de
- 13 www.pro-neuwagen.de
- 14 www.sixt-neuwagen.de
- 15 ...



**2013 wurden 40.000 Autos über das Internet verkauft (2012: 25.000),
Schätzungen gehen für 2015 von 65.000 aus (=> 2,2% Marktanteil).**



Fahrzeugankauf über das Internet

**wirkaufendeinauto**
JEDE MARKE, JEDES ALTER, JEDER ZUSTAND.

 Kostenlose Service-Hotline
0800 999 444 0

**TÜV**
SAARLAND

Geprüftes
Verfahren
Freiwillige Teilnahme
www.tuev-saar.de



Kostenlose Online-Bewertung Ihres Autos - ohne Anmeldung.

Marke

Modell

Erstzulassung

Jetzt KOSTENLOS bewerten

Unsere großen Standorte
Berlin - Hamburg - Frankfurt - Leipzig - München - Köln
Bekannt aus dem TV:  **N24 DMAX**



Ihr zuverlässiger Partner beim Auto verkaufen: Wirkaufendeinauto.de
Wirkaufendeinauto.de bietet Ihnen bundesweit eine neue, sichere & komfortable Möglichkeit, wenn Sie Ihr Auto verkaufen möchten. Nutzen Sie unabhängig von Marke & Modell unsere kostenlose Wertermittlung und lassen Sie den besten Gebrauchtwagen Preis ermitteln. Profitieren Sie von der professionellen Autobewertung und dem seriösen und schnellen Autoankauf von Wirkaufendeinauto.de - die passende Alternative zu zeitaufwendigen und

Erfahrungen unserer Kunden
Kundenbewertung **4.9 / 5**

Ich kann auf persönliche Empfehlung nach Karlsruhe. Abmeldung sofort+ Verkauf Fr...

(Quelle: Internet)

Impulse für den eigenen Web-Shop

- 1:1 den aus allen e-Shops gewohnten Prozess anbieten
Merkliste => Warenkorb => Bezahlweg => Kauf => Status-Updates => Rechnung => Nachbetreuung
- Vorteile für Kunden anbieten
z.B. 300€ Rabatt bei Online-Kauf eines Kfz, kostenlose Auslieferung etc.
- USt-Thema kann hakelig werden
ausweisbar oder nicht, Ausland
- Logistik klären
z.B. wahlweise Abholung oder Auslieferung eines Kfz
- Widerrufsrecht und Konsequenzen beachten
- Bezahlungssysteme mit Bedacht auswählen
Überweisung, Kreditkarte, PayPal, SEPA, Sofortüberweisung etc. => Kosten
- Mehrwertfunktionen anbieten und zur eigenen Optimierung nutzen
Sammlung von Fragen von Kunden, Bewertung durch Kunden etc.
- Implementierung
Selber machen (z.B. mit [16 OpenSource-Systemen](#)) oder Fremdentwicklung oder über Dienstleistung
- Betreuung
Mind. 1 Mitarbeiter dafür freistellen