

## Kurs Digitalstrategie

### Arbeitsunterlage zum Modul „Kunden sind digital“

#### Autor

Dr. Jörg v. Steinaecker

Überm Rath 25

56072 Koblenz

Email: [info@steinaecker-consulting.de](mailto:info@steinaecker-consulting.de)

Tel.: +49 (0)261 450 93 237

Fax: +49 (0)3212 1235374

URL: [www.steinaecker-consulting.de](http://www.steinaecker-consulting.de)



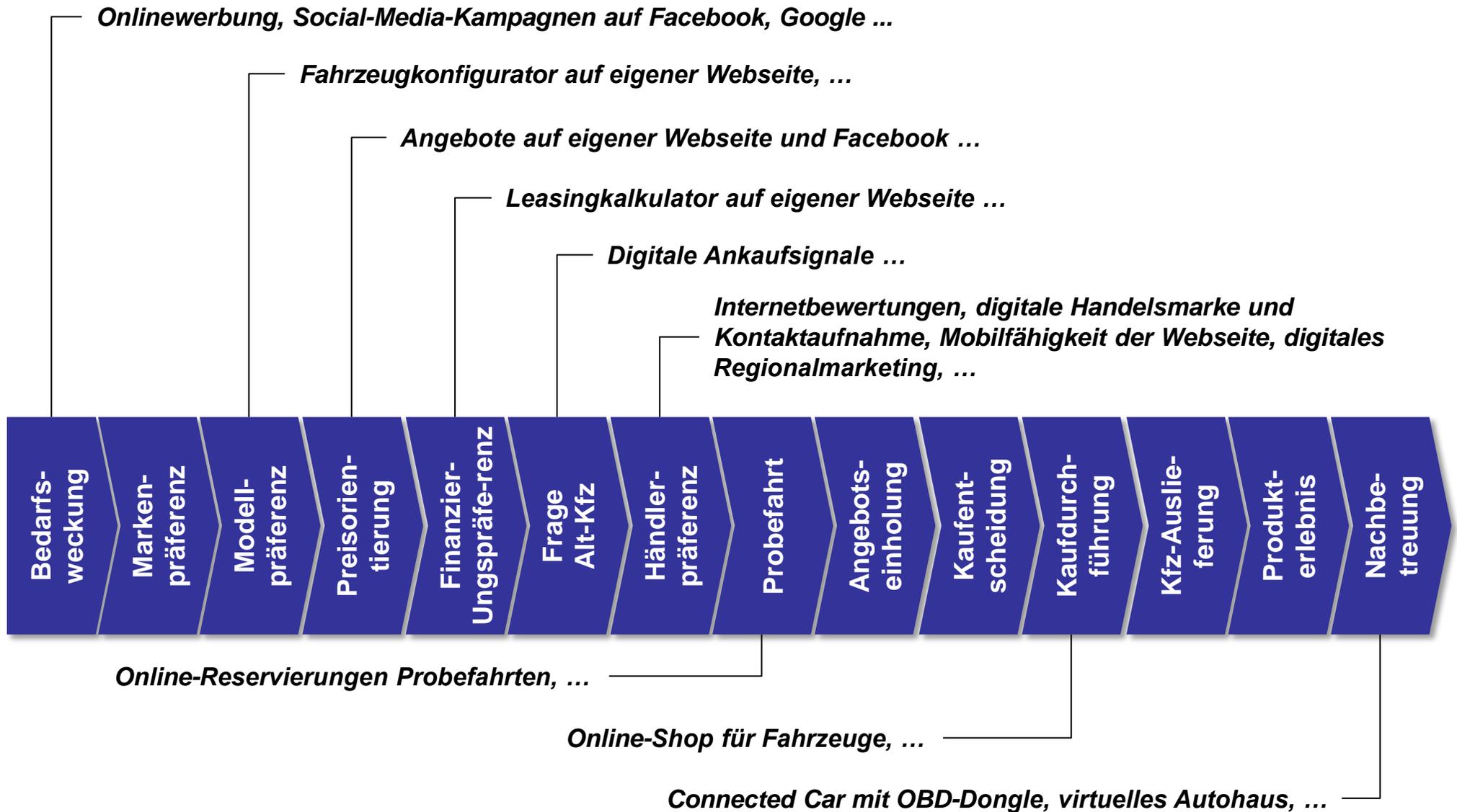
- Die digitalen Entwicklungen verlaufen extrem schnell. Daher kann es sein, dass einzelne Punkte in dieser Präsentation bzw. Video bereits veraltet sind.
- Alle in dieser Präsentation verwendeten Markennamen, Warenzeichen, Produktbezeichnungen, deren Abkürzungen und Logos sind Eigentum der betreffenden Unternehmen und entsprechend geschützt.
- Kein Bestandteil dieser Präsentation ist als Rechtsberatung zu verstehen. Konsultieren Sie hierzu bitte Ihren Rechtsanwalt.

# Die Customer Journey: Neu- und Gebrauchtwagenkauf

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

\* insb. digitale Akteure  
Folie 2

# Ansatzpunkte entlang der Customer Journey: Neu- und Gebrauchtwagenfahrzeuge



# Die Customer Journey: Service und Teile

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

\* insb. digitale Akteure

# Ansatzpunkte entlang der Customer Journey: Service und Teile

