

Marge statt Menge – Paradigmenwechsel im Automobilverkauf

Repräsentative puls Studie zum werthaltigen Automobilverkauf

von
puls Marktforschung GmbH
Dr. Konrad Weißner
18. Februar 2016



Stichprobe

Personen, die den Kauf eines Fahrzeugs planen bzw. vor kurzem ein Fahrzeug gekauft haben.

n=1.026 repräsentative Interviews



Erhebungsmethode

Online über den *puls* AutokäuferMonitor



Befragungszeitraum

04. Januar 2016 - 11. Januar 2016



Befragungsdauer

10 Minuten



Konzeption, Durchführung und Empfehlungen

puls Marktforschung GmbH
Schwaig b. Nürnberg

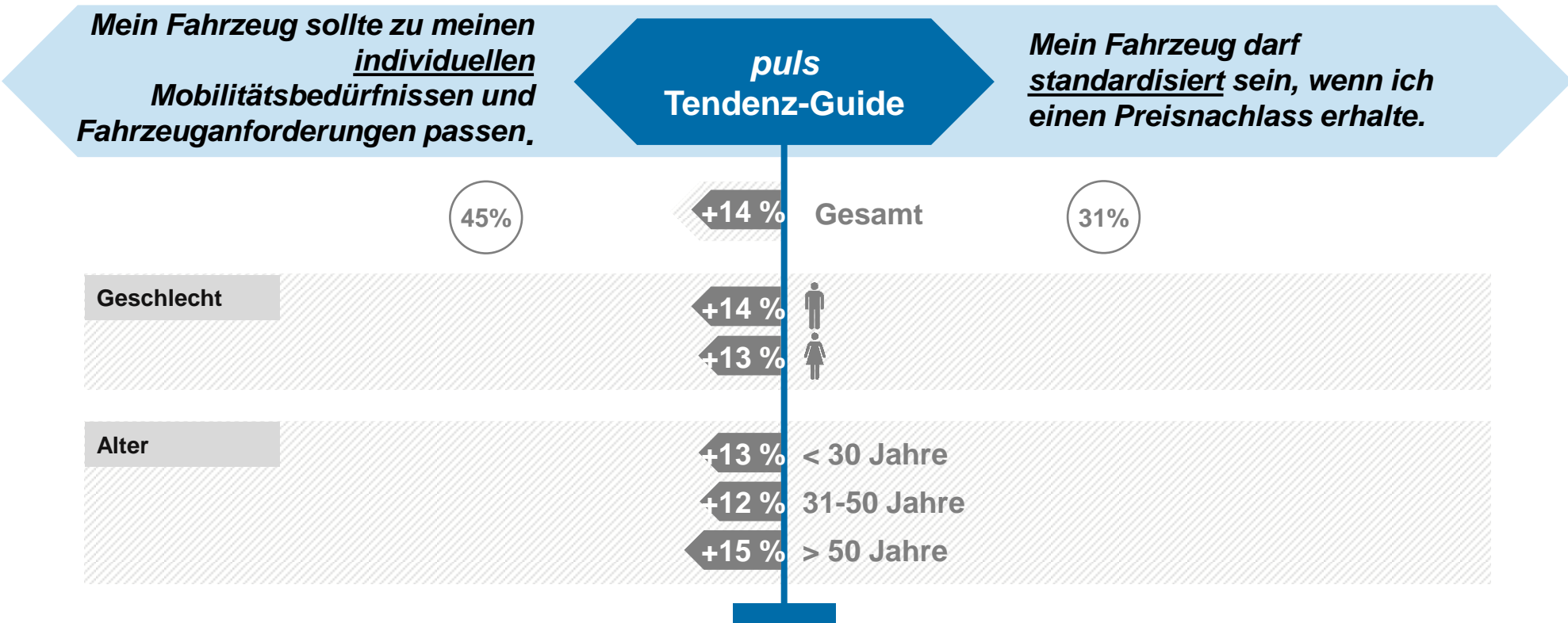


Individualisierung kompensiert Preisnachlässe.



Individualisierung vs. Standardisierung– Neuwagenkäufer/-interessenten

Welcher der folgenden Aussagen zum Kauf eines Neuwagens stimmen Sie eher zu?



Quelle:
puls Marktforschung GmbH
puls AutokäuferMonitor

Basis: n=532 | Angaben in %

= Stimme (sehr) zu (Abfrage auf bipolarer 5er Skala)

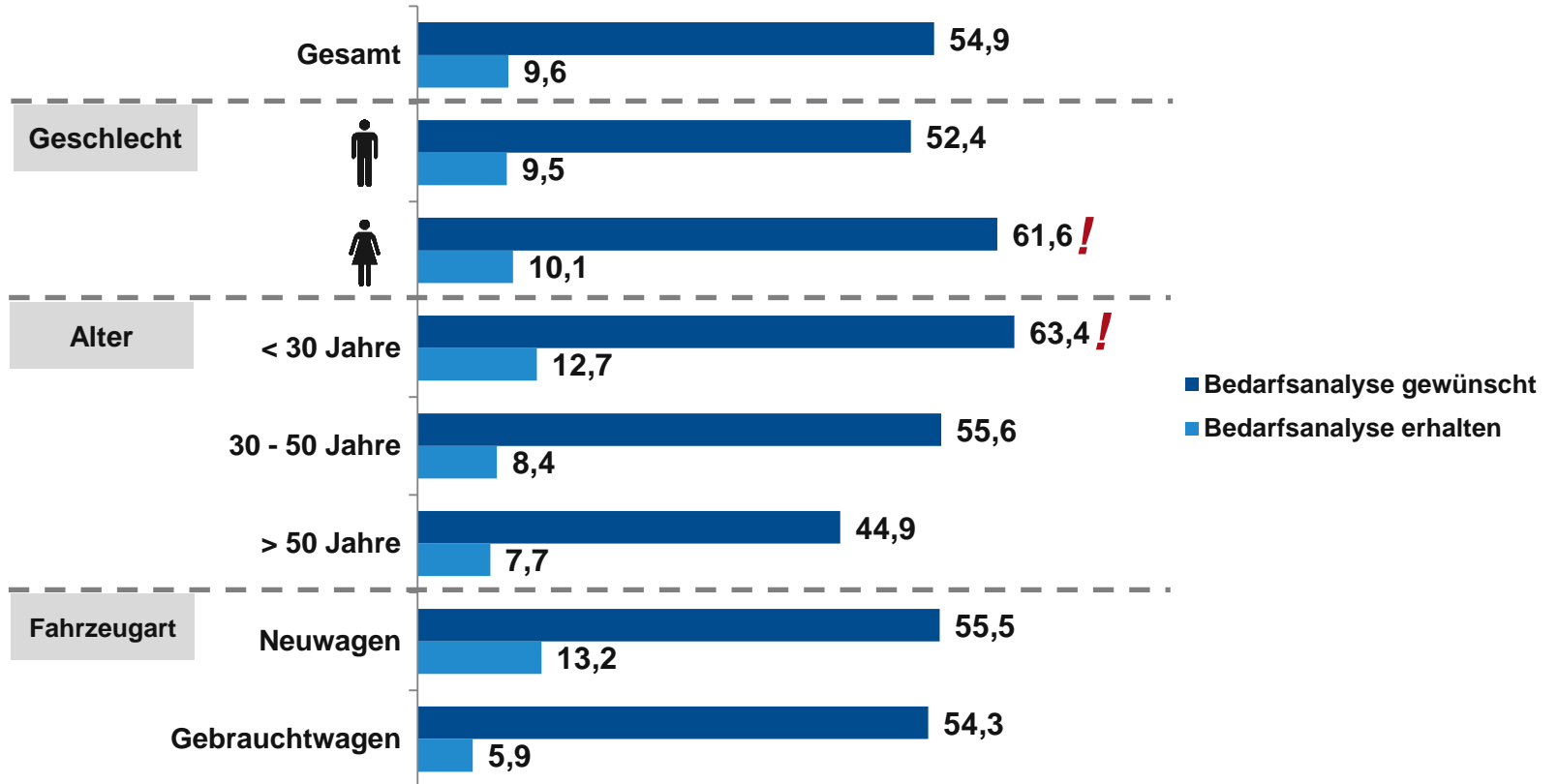
55 % der Autokäufer wünschen sich eine Bedarfsanalyse, aber nur 10 % nehmen eine wahr.

Wunsch und Wahrnehmung einer Bedarfsanalyse

Es geht nun um die Bedarfsanalyse im Autohaus. Bei einer Bedarfsanalyse werden Ihre individuellen Mobilitäts- und Fahrzeuganforderungen besprochen, um Ihnen das passende Fahrzeug anbieten zu können.

Würden Sie sich vor dem Neuwagenkauf eine solche Bedarfsanalyse wünschen?

Haben Sie eine Bedarfsanalyse erhalten?





Gründungsjahr:	1992
Feste Mitarbeiter:	18
Firmensitz:	Schwaig bei Nürnberg
Eigenes Telefonstudio:	100 freiberufliche Interviewer/innen

Kerngeschäft: Integrierte Marktforschung und Empfehlungen für bessere Entscheidungen und Strategien

Leistungsversprechen: *For Better Decisions*

Aktive Mitgliedschaften:



Laufende Projekte von puls in der Automobilbranche

Autohaus » Panel

Autohaus Online-Panel
Händler-Panel bei 1.600 Entscheidern in Autohäusern

AUTOHAUS pulsSchlag

*puls*Schlag
Monatliche Erhebung der Konjunktur- und Verkaufserwartungen der Autohäuser
Seit 2000 in Kooperation mit der Fachzeitschrift AUTOHAUS



SchwackeMarkenMonitor/ AUTOHAUS BankenMonitor/ AUTOHAUS VersicherungsMonitor
Jährliche Messungen der Händlerzufriedenheit mit Herstellern/Importeuren, Autobanken und Versicherungen.

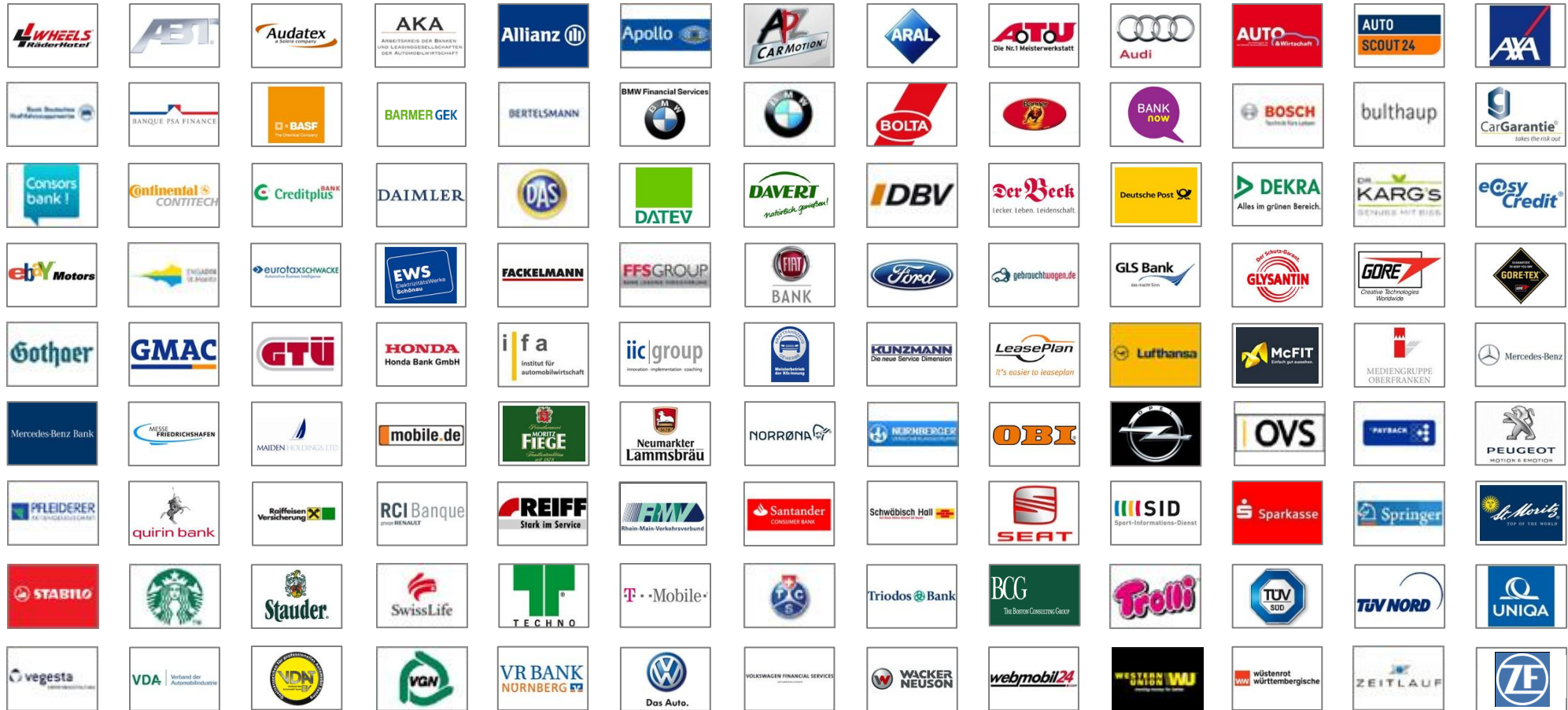
Autokäufer*puls*

Autokäufer*puls*/ Autoflotten*puls*
Markenübergreifende Befragung von monatlich 1.000 Autokäufern und 1.500 Autoflottenkunden 2x jährlich.

http://

Automotive WebScreening/ Google Trends
Analyse der Kundenbewertungen im Web 2.0 sowie der Google-Suchanfragen zu Automobilherstellern, Fahrzeugen, Autohäusern etc.

Automobilhersteller/Händler	Sales Driver Analysen Markendifferenzierung, Händlerzufriedenheit, Local Hero Konzepte, Marktpotenziale, Kundenfeedbackkonzepte, Analyse und Treiber der Kundenloyalität
Automobilvertrieb 3.0	Customer Journey- und Kundenkontaktpunktanalysen, Multi Channel-Strategien, Google-Insights, Erfolgsmessung von Facebook-Aktivitäten, Autokaufberater GenauMeinAuto
Autobanken/Versicherungen	Händlerzufriedenheit / Beziehungsmanagement zu den Händlern, Customer Journey automobiler Finanzierungs- und Versicherungskunden
Mitarbeiter	Mitarbeiterbefragungen, Employer Branding Konzepte





puls Marktforschung GmbH

Röthenbacher Straße 2
90571 Schwaig bei Nürnberg

Telefon 0911 9535-400
Fax 0911 9535-404

info@puls-marktforschung.de
www.puls-marktforschung.de

Geschäftsführer: Dr. Konrad Weißner · Ust-ID-Nr.: DE 133 554 286 · Ust-Nr.: 241/135/41 284 · Amtsgericht Nürnberg · HRB 11034