



***Connect Me - Automotive After Sales #VierPunktNull***

***puls Studie bei Autofahrern zu Trends und Marktpotenzialen im After Sales***

puls Marktforschung GmbH  
Röthenbacher Straße 2  
90571 Schwaig bei Nürnberg  
[www.puls-marktforschung.de](http://www.puls-marktforschung.de)

➔ **Zielgruppe**  
Personen, die in den nächsten 12 Monaten den Kauf eines Autos planen oder in den vergangenen 12 Monaten ein Auto gekauft haben.

➔ **Stichprobe**

Gesamt

n=1.011

➔ **Erhebungsmethode**  
Online

➔ **Befragungsdauer**  
ca. 10 Minuten

➔ **Befragungszeitraum**  
29.07-07.08.2016

➔ **Konzeption, Durchführung und Empfehlungen**  
*puls* Marktforschung GmbH Schwaig b. Nürnberg



- A. Studiendesign und Stichprobenstruktur
- B. Expertenkommentar Dr. Konrad Weißner
- C. Werkstatt (Loyalität, Zufriedenheit, Aktive Angebote, Erfahrungen, Info-Kanäle)
- D. Werkstattportale (Nutzung, Zufriedenheit, Loyalität)
- E. Digitalisierung im Auto (Digitale Fahrzeugdiagnose, Over the air, OBD2-Dongle)
- F. Social Media Screening - Kundenkommentare zum OBD2-Dongle
- G. Key Learnings und Maßnahmenvorschläge
- H. *puls über puls*

## Die Studie beantwortet u. a. folgende Fragen

- **Wie zufrieden und loyal sind die Kunden gegenüber Ihren Werkstätten? Welche Unterschiede gibt es u.a. nach Alter und Werkstatttypen?**
- **Wie informieren sich Kunden vor Werkstattbesuchen?**
- **Wie entwickeln sich Werkstattportale u.a. in Bezug auf Nutzung und Zufriedenheit?**
- **Wollen Kunden aktiv und digital über notwendige Service- und Reparaturarbeiten informiert werden?**
- **Wie groß ist das Kundeninteresse für OBD-Technik im Auto? Welche Erkenntnisse liefern dazu Kommentare im Web 2.0?**

 ***Nutzen Sie diese puls Studie als Grundlage besserer Entscheidungen und Strategien in Ihrem Werkstattgeschäft.***

## Hätten Sie gewusst, dass...

➔ ... jeder **5.** Autofahrer keine feste Werkstatt hat

➔ ... jeder **dritte** Autofahrer in den letzten 2 Jahren die  
Werkstatt gewechselt hat

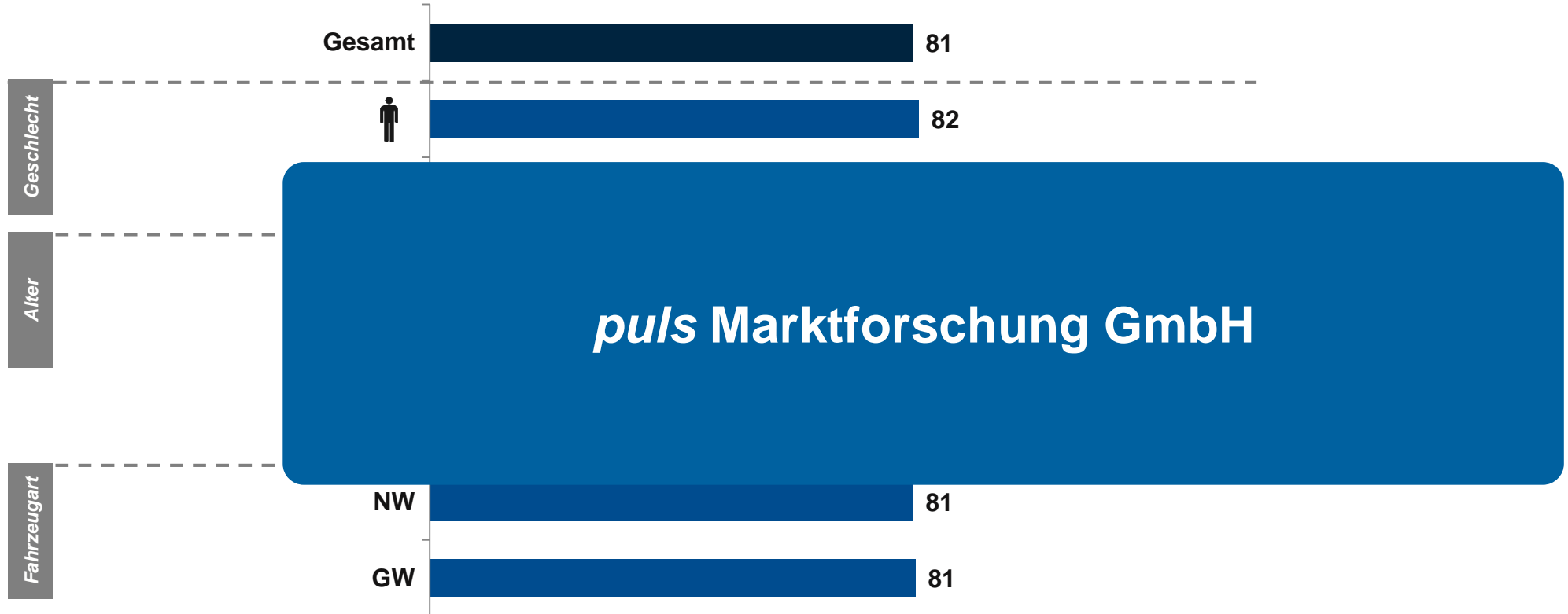
➔ ... **80** Prozent eine OBD-Schnittstelle im Fahrzeug  
befürworten



# Vor allem ... Autofahrer sind mit ihrer Werkstatt zufrieden.

## Gesamtzufriedenheit Werkstatt – nach Alter, Geschlecht und Fahrzeugart

Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit ihrer Werkstatt?



# Neuwagenkäufer bzw. -interessenten bevorzugen die ... als Informationsquelle.

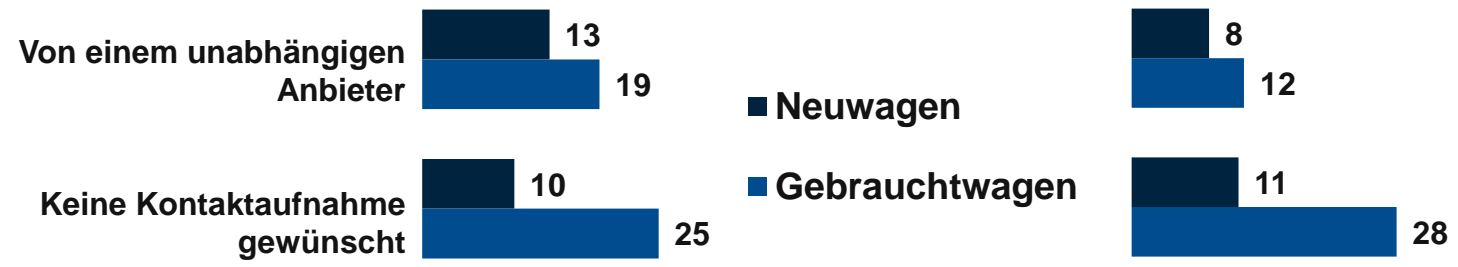


## Informationsquellen zu Verschleißreparaturen/ Regelservices und Kundendienst

Von wem würden Sie gerne über durchzuführende Verschleißreparaturen/ Regelservices und Kundendienst informiert werden?

Verschleißreparaturen

Regelservices und Kundendienst



Hiermit bestelle ich verbindlich folgendes Paket:

**Studie inkl. Ergebnis-Kurzbesprechung**  
(als PDF-Version; nicht zur Vervielfältigung)

€ 599,- zzgl. MwSt.

**Markenspezifische Auswertungen**

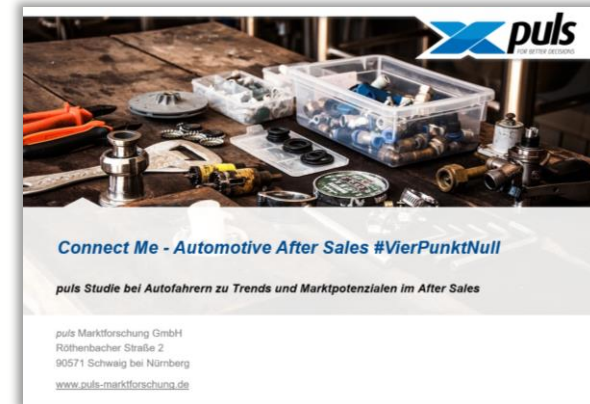
Auf Anfrage

**Maßnahmenworkshop (2 Stunden)**

- Ein Exemplar der Studie als PDF (nicht zur Vervielfältigung)
- Präsentation durch Dr. Konrad Weißner
- Anreicherung durch weitere *puls* Studien
- Gemeinsame Ableitung individueller Maßnahmen

€ 1.499,- zzgl. MwSt.

Reisekosten werden separat berechnet



**Firma:** \_\_\_\_\_

**Name:** \_\_\_\_\_

**Anschrift:** \_\_\_\_\_

**E-Mail:** \_\_\_\_\_

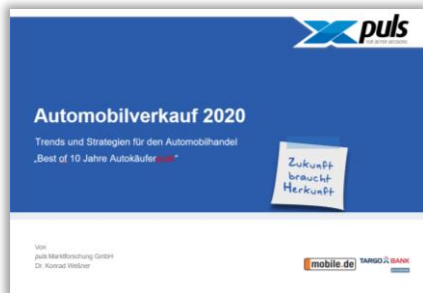
**Telefon:** \_\_\_\_\_

Schicken Sie Ihre Bestellung bitte an folgende Faxnummer  
**+49 (0)911 / 95 35 404** oder per E-Mail an:  
**[schwalke@puls-marktforschung.de](mailto:schwalke@puls-marktforschung.de)**



# Auswahl aktueller puls-Studien

Thema	Erscheinungsdatum	Preis
Automobilverkauf 2020 - Trends und Strategien für den Automobilhandel	Jul 2016	€ 599,-
Autokäuferpuls 2015 - Trends bei Neu- und Gebrauchtwagenkäufern	Jun 2016	€ 599,-
Kfz-Teile online kaufen – Geht der Hype weiter?	Mai 2016	€ 599,-
Fahrzeugkonfiguratoren aus Nutzersicht	Apr 2016	€ 599,-
Werthaltiger Automobilverkauf	Mrz 2016	€ 599,-
Social Media und Autokauf	Jan 2016	€ 599,-
Facebook goes Automotive Sales II	April 2015	€ 599,-
Aha-Erlebnisse beim Autokauf	Mrz 2015	€ 599,-
Kfz-Versicherungsvertrieb über den Automobilhandel	Jan 2015	€ 599,-





**Gründungsjahr:** 1992  
**Feste Mitarbeiter:** 18  
**Firmensitz:** Schwaig bei Nürnberg  
**Telefonstudio im Haus**

**Kerngeschäft:** Integrierte Marktforschung und Empfehlungen für bessere Entscheidungen und Strategien

**Leistungsversprechen:** *For Better Decisions*

**Aktive Mitgliedschaften:**



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



*Autohaus » Panel*

## **Autohaus Online-Panel**

Händler-Panel bei 1.600 Entscheidern in Autohäusern



**AUTOHAUS**  
pulsSchlag

## **pulsSchlag**

Monatliche Erhebung der Konjunktur- und Verkaufserwartungen der Autohäuser  
(Seit 2000 in Kooperation mit der Fachzeitschrift AUTOHAUS)



**Banken  
Monitor 2016**

## **SchwackeMarkenMonitor/ AUTOHAUS BankenMonitor/ AUTOHAUS VersicherungsMonitor**

Jährliche Messungen der Händlerzufriedenheit mit Herstellern/Importeuren, Autobanken und Versicherungen.



**Autokäuferpuls**

## **Autokäuferpuls/ Autoflottenpuls**

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.



## *puls* Marktforschung GmbH

Röthenbacher Straße 2  
90571 Schwaig bei Nürnberg

Telefon 0911-9535-420  
Fax 0911-9535-404

[schwalke@puls-marktforschung.de](mailto:schwalke@puls-marktforschung.de)  
[www.puls-marktforschung.de](http://www.puls-marktforschung.de)