

Versicherungsvertrieb über den Automobilhandel 2016

- Potenziale und Herausforderungen -

puls Studie bei Autofahrern zu Tendenzen und Potenzialen im Kfz-Versicherungsvertrieb

puls Marktforschung GmbH
Röthenbacher Straße 2
90571 Schwaig bei Nürnberg
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 (über den Handel).

➤ Stichprobe

Gesamt

n=785

➤ Erhebungsmethode

Online

➤ Befragungsdauer

ca. 10 Minuten

➤ Befragungszeitraum

Oktober 2016

➤ Konzeption, Durchführung und Empfehlungen

puls Marktforschung GmbH Schwaig b. Nürnberg



A. Hintergrund, Studiendesign und Stichprobenstruktur

B. Expertenkommentar

C. Status Quo Kfz-Versicherung

D. Informationsverhalten / Customer Journey

E. Vertriebskanal Autohandel / Rolle des Verkäufers

F. Abschlusspotenziale Herstellerversicherung

G. Produkteigenschaften / -anforderungen

H. Fazit und Maßnahmenvorschläge

Die Studie beantwortet u. a. folgende Fragen

- **Wie gestaltet sich die Customer Journey der Kfz-Versicherungskunden? Welches sind zentrale Touchpoints?**
- **Wie ist Bindung der Kunden von Autohäusern an die bestehende Kfz-Versicherung? Welche Potenziale bestehen für den erfolgreichen Absatz über den Vertriebskanal Autohandel?**
- **Wie ist die Akzeptanz vom Kfz-Versicherungsvertrieb über den Automobilhandel? Über wen und zu welchen Themen möchten Autofahrer informiert werden?**
- **Welche Produkteigenschaften werden bevorzugt? An welchen Zusatzleistungen zeigen Kunden besonderes Interesse?**

 ***Nutzen Sie diese puls Studie als Grundlage besserer Entscheidungen und Strategien in Ihrem Kfz-Versicherungsgeschäft.***

Vertriebskanal Autohaus – Customer Journey: Informationssuche der Kunden ist Händlerwahl häufig ...

Wann denken Sie / haben Sie im Zuge des aktuellen Autokaufs über das Thema Kfz-Versicherung Ihres Neu- oder Gebrauchtwagens nachgedacht?

Vor der Wahl des Händlers

45%

Während der Wahl des Händlers

Nach der Wahl des Händlers

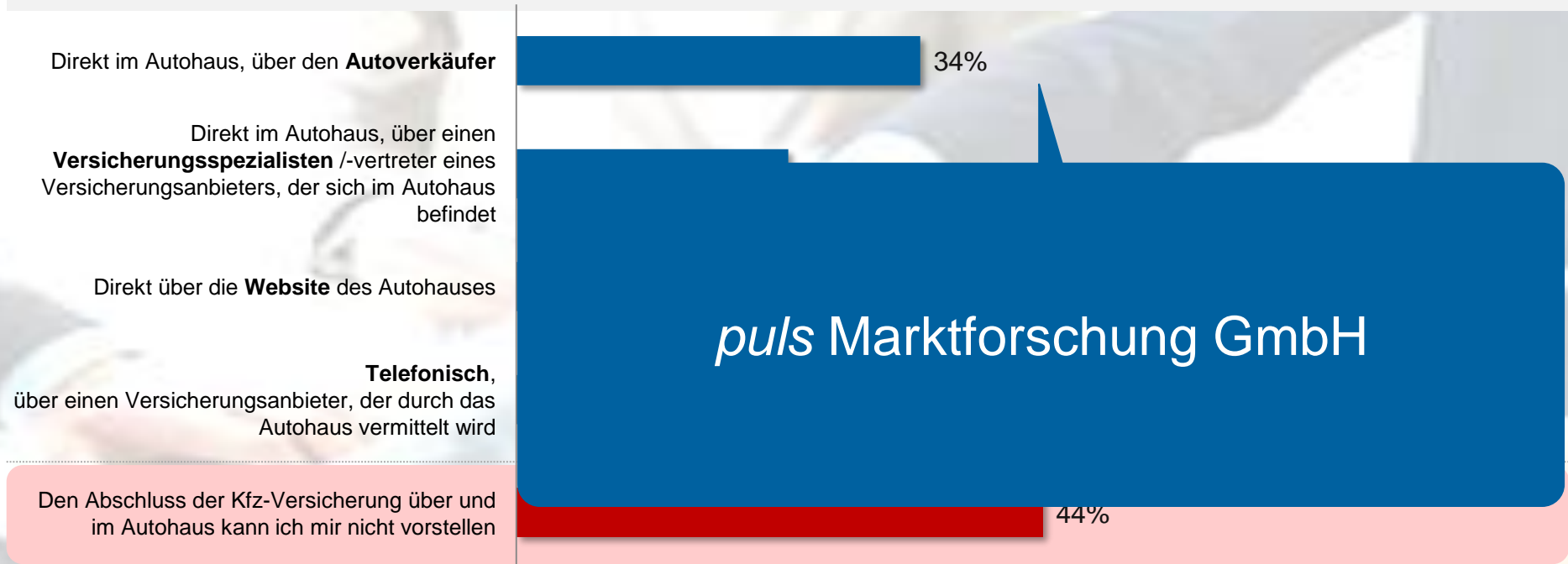
puls Marktforschung GmbH

Basis: n = 785

Quelle: Kfz-Versicherungsvertrieb über den Automobilhandel 11/2016, puls Marktforschung GmbH

Vertriebskanal Autohaus - Potenzial: Jeder ... Autohausbesucher kann sich Abschluss vorstellen!

Wo können Sie sich vorstellen, Ihr Auto (ein passendes Kfz-Versicherungsangebot vorausgesetzt) zu versichern?



Basis: n = 785

Quelle: Kfz-Versicherungsvertrieb über den Automobilhandel 11/2016, puls Marktforschung GmbH

Vertriebskanal Autohaus – Erlebnis am POS: ... ist für den Kunden Ansprechpartner Nr.1

Wie bzw. durch wen möchten Sie informiert werden?



Basis: n = 371

Quelle: Kfz-Versicherungsvertrieb über den Automobilhandel 11/2016, puls Marktforschung GmbH

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 Niklas Haupt
- Anreicherung durch weitere *puls* Studien
- Gemeinsame Ableitung individueller Maßnahmen

€ 1.499,- zzgl. MwSt.

Reisekosten werden separat berechnet

Händler-Webinar:

- Vorstellung und Diskussion der Ergebnisse inkl. Terminvereinbarung

€ 990,- zzgl. MwSt.



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:
haupt@puls-marktforschung.de

Auswahl aktueller puls-Studien

Thema	Erscheinungsdatum	Preis
Connect Me - Automotive After Sales #VierPunktNull	Sep 2016	€ 599,-
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,-





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:



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



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.



Niklas Haupt | Partner

puls Marktforschung GmbH

E-Mail: haupt@puls-marktforschung.de

Internet: www.puls-marktforschung.de

Telefon: +49 (0) 911 - 95 35 - 418