

Automobilhändler unterschätzen das Ausmaß der verlorenen Kunden

*Repräsentative puls Studie bei 1.014 Autokäufern zu „Lost Deals“ im
Automobilverkauf*

von
puls Marktforschung GmbH
Dr. Konrad Weißner
19. Januar 2017

Automobilhändler unterschätzen das Ausmaß der Lost Deals



Im Kaufprozess verlorene Neu- und Gebrauchtwageninteressenten

Frage an Autokäufer: Gab es bei Ihnen Händler- bzw. Verkäuferkontakte, bei denen Ihnen bewusst wurde, dass Sie dort nicht kaufen?

Frage an Händler: Was denken Sie, welche Anteile an Interessenten gehen durchschnittlich verloren?



Händler sehen im Preis den Hauptgrund für Lost Deals, Autokäufer wünschen sich vom Verkäufer bessere Soft Skills.

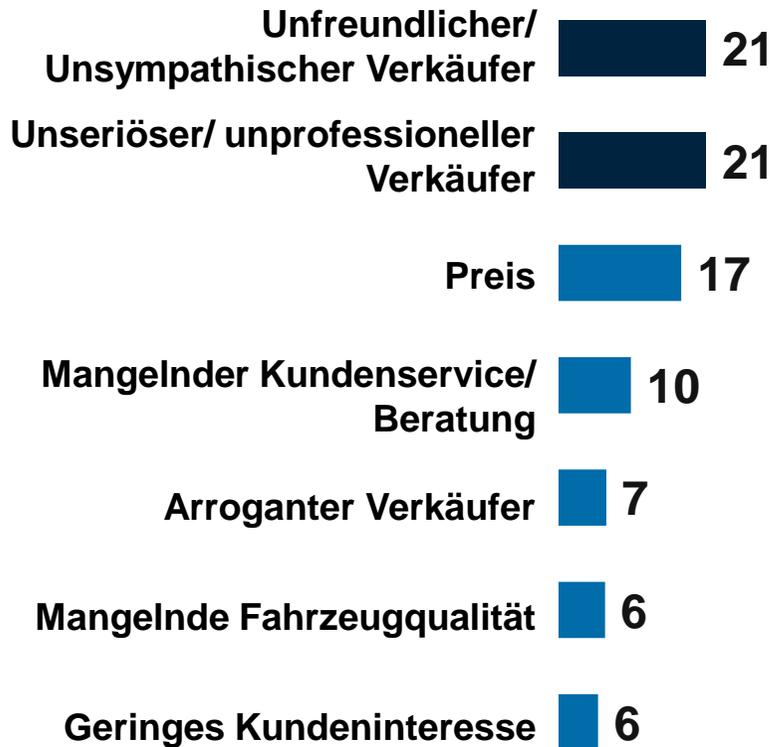


Top 7 Gründe für Lost Deals

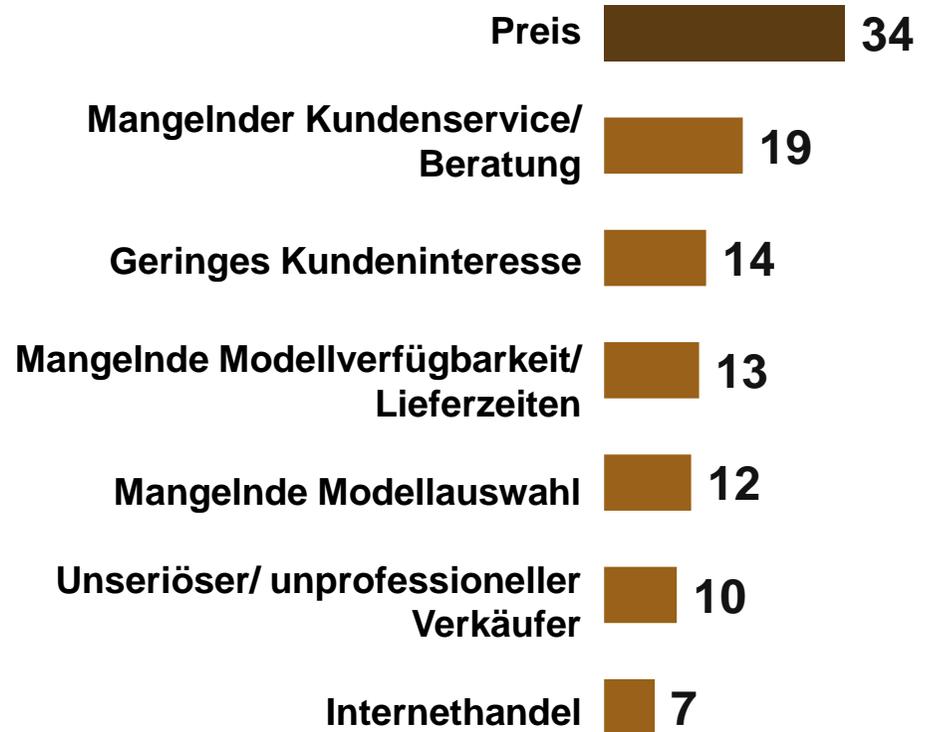
Frage an Autokäufer: Was war der ausschlaggebende Grund, dass Sie dort nicht gekauft haben? Gab es ein spezielles Erlebnis?

Frage an Händler: Aus welchen Gründen gehen Interessenten verloren?

Autokäufersicht



Händlersicht





Gründungsjahr: 1992

Feste Mitarbeiter: 18

Firmensitz: Schwaig bei Nürnberg

Telefonstudio im eigenen Haus

Kerngeschäft: Integrierte Marktforschung und Empfehlungen für bessere Entscheidungen und Strategien

Leistungsversprechen: *For Better Decisions*

Aktive Mitgliedschaften:





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)



AUTOHAUS Banken
Monitor 2016
puls AUTOHAUS

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).



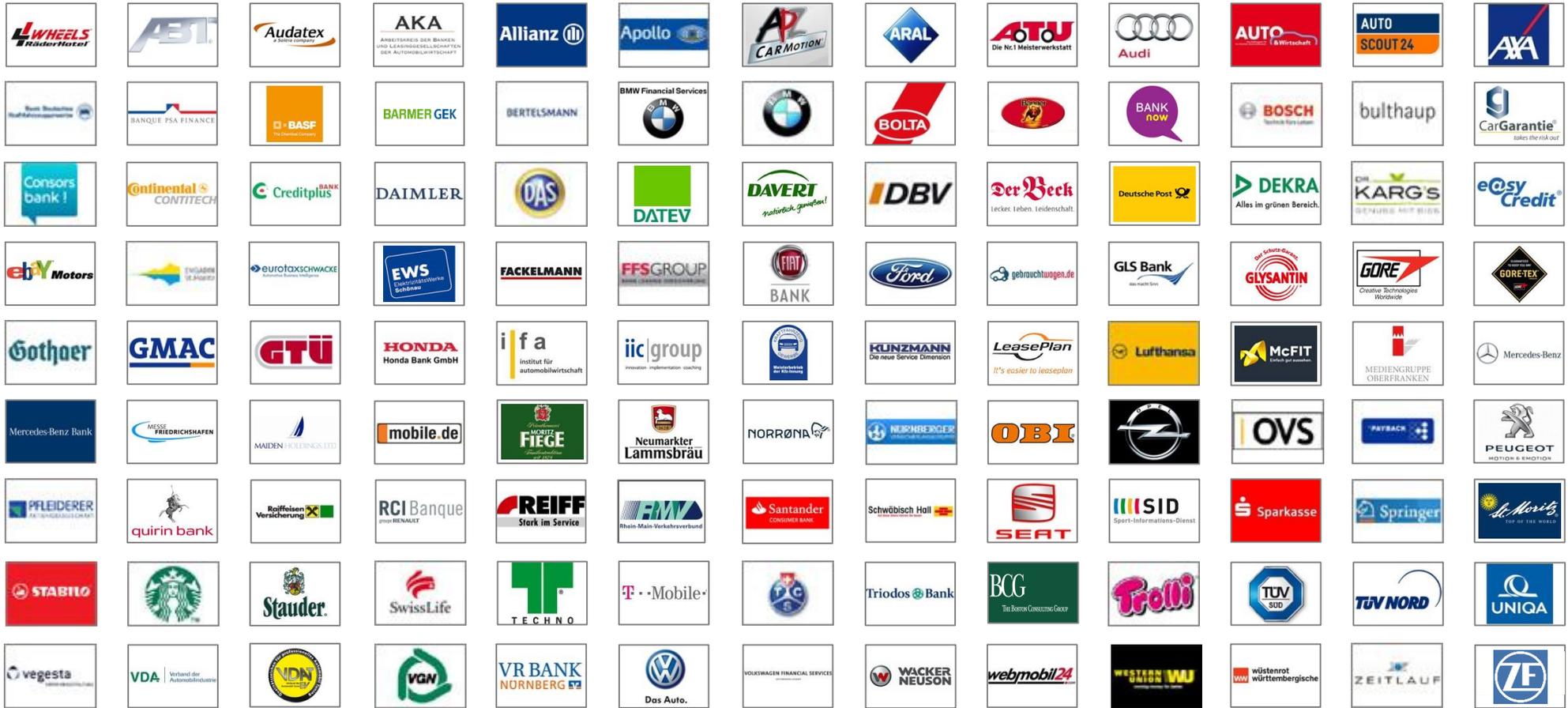
http://

Automotive WebScreening/ Google Trends

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

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

Referenzen





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