



Vertriebspotenziale am POS Werkstatt

- Standort, Wartebereitschaft und konkrete Absatzchancen beim Werkstattbesuch -

puls Studie bei privaten Autofahrern

puls Marktforschung GmbH
Röthenbacher Straße 2
90571 Schwaig bei Nürnberg
www.puls-marktforschung.de

➔ **Zielgruppe**
Bevölkerungsrepräsentativ, Autofahrer in Deutschland im Alter von 18-69 Jahren, die im Haushalt für die Wartung des Autos zuständig sind

➔ **Befragungszeitraum**
Oktober - November 2016

➔ **Stichprobe**

Gesamt

n= 1.502

Screening-Kriterien:

- ✓ Besitz eines privaten Fahrzeuges
- ✓ Treffen von Entscheidungen bzgl. Reparaturen o.Ä.

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

➔ **Erhebungsmethode**
Online



Die Studie beantwortet u. a. folgende Fragen

- Wie kurzfristig müssen Werkstätten Termine für Reparaturanlässe anbieten?
- Wie lange ist der Kunde bereit für die Anfahrt zur Werkstatt in Kauf zu nehmen?
- Welche Wartebereitschaft hat der Kunde vor Ort?
- Wie empfänglich ist er in diesem Zeitraum für Angebote / Beratung?
- Welche Ausstattungen sollte die Werkstatt anbieten, um den Aufenthalt zu verkürzen?
- Welche Vertriebschancen bietet der POS Werkstatt?

Nutzen Sie diese puls Studie als Grundlage besserer Entscheidungen und Strategien im Werkstattgeschäft!

Inhalt

- A. Hintergrund, Studiendesign und Stichprobenstruktur
- B. Expertenkommentar
- C. Standortanforderungen an die Werkstatt: Anfahrt und Lage
- D. Wartezeit vor Ort während der Reparatur
- E. Point of Sale-Erlebnisse
- F. Fazit und Maßnahmenvorschläge
- G. *puls über puls*

Knapp die Hälfte der Autofahrer erwarten innerhalb von ... Tagen spätestens einen Werkstatttermin zu bekommen.

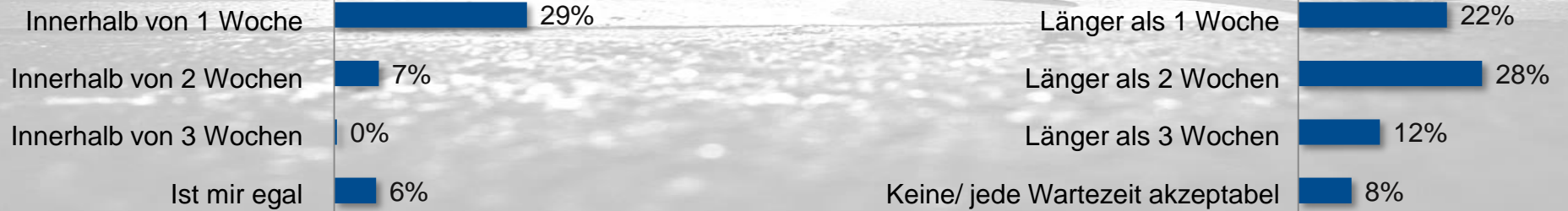
Akzeptanz von Wartezeiten bei Terminanfragen

Frage: Innerhalb welchen Zeitraums erwarten Sie bei einer Terminanfrage (...) einen Termin zu erhalten? Und welcher Zeitraum wäre aus Ihrer Sicht bei einer Terminanfrage zu lange, so dass Sie nicht bereit wären zu warten (...)?

Erwarteter Zeitraum

Inakzeptabler Zeitraum

puls Marktforschung GmbH

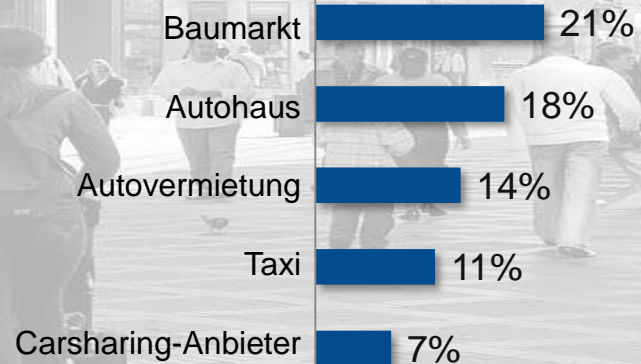


Bei der Standortwahl sollte die ... gegeben sein. Auch ... und ... sollten in der Nähe sein.

Anforderungen an die Umgebung der Werkstatt

Frage: Welche der folgenden Angebote würden Sie sich in fußläufiger Entfernung zu Ihrer Werkstatt wünschen?

puls Marktforschung GmbH



Bestellformular

„Vertriebspotenziale am POS Werkstatt“



Hiermit bestelle ich verbindlich folgendes Paket:

- Studie „Vertriebspotenziale am POS Werkstatt“
inkl. Ergebnis-Kurzbesprechung
(als PDF-Version; nicht zur Vervielfältigung)

€ 299,- zzgl. MwSt.

- Studie „Fahrer von Ganzjahresreifen“
inkl. Ergebnis-Kurzbesprechung
(als PDF-Version; nicht zur Vervielfältigung)

€ 299,- 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
Der Automobilverkäufer der Zukunft	Apr 2017	€ 599,-
Fahrer von Ganzjahresreifen	Mrz 2017	€ 299,-
Vertriebspotenziale am POS Werkstatt	Mrz 2017	€ 299,-
Autokäuferpuls 2016 - Trends bei Neu- und Gebrauchtwagenkäufern	Mrz 2017	€ 599,-
Automobilwerbung auf dem Prüfstand	Feb 2017	€ 599,-
Versicherungsvertrieb über den Automobilhandel	Nov 2016	€ 599,-
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,-





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



Sara Kraft | Senior Consultant

puls Marktforschung GmbH

E-Mail: kraft@puls-marktforschung.de
Internet: www.puls-marktforschung.de
Telefon: +49 (0) 911 - 95 35 - 409