

puls Studie zur Beratung bei der Automobilfinanzierung

Kundenzufriedenheit: Automobilverkäufer schlägt Bankberater

Nürnberg, 20. Juli 2017

Autos werden immer seltener gekauft und immer häufiger finanziert oder geleast. Nachdem die Leasingpenetration bei Geschäftswagen mittlerweile je nach Marke zwischen fünfzig und siebzig Prozent erreicht hat, ziehen mittlerweile auch immer mehr Privatpersonen die attraktiven Finanzierungs- und Leasingangebote dem Barkauf vor. Angesichts der Wachstumsdynamik dieses Marktes buhlen neben den spezialisierten Autobanken mittlerweile auch die klassischen Banken immer stärker um die Gunst der Auto-Interessenten.

Vor diesem Hintergrund hat die [Nürnberger Marktforschung puls](#) im Rahmen einer repräsentativen Studie 1.014 Auto-Interessenten nach ihrer Zufriedenheit mit der Beratung bei der Automobilfinanzierung befragt. Mit interessanten Ergebnissen: Wenn es um Beratung zu Autofinanzierungen geht, erreichen Automobilverkäufer mit 78 Prozent (sehr) zufriedenen Kunden eine deutlich höhere Kundenzufriedenheit als die Bankberater, mit denen 64 Prozent der Kunden (sehr) zufrieden sind. „Offensichtlich entwickeln sich automobiler Finanzdienstleistungen und die für die Kunden attraktiven Mobilitätspakete von Zusatzgeschäften mehr und mehr zum Kerngeschäft des Automobilhandels“, kommentiert *puls* Geschäftsführer Dr. Konrad Weßner die Ergebnisse. Obwohl laut *puls* Studie bei der Anbahnung und dem Verkauf automobiler Finanzdienstleistungen auch das Internet immer wichtiger wird stiftet maßgeschneiderte persönliche Beratung zur passenden Automobilfinanzierung angesichts der hohen Kundenzufriedenheit offensichtlich einen spürbaren Kundennutzen.

-ENDE-

Anzahl Zeilen:	28
Anzahl Anschläge:	1.542 (Text ohne Überschriften mit Leerzeichen)
Datum:	20. Juli 2017
Ansprechpartner:	Dr. Konrad Weßner +49 (0) 911-9535-400

Abdruck honorarfrei

Über *puls* Marktforschung

Seit über 25 Jahren konzentriert sich die *puls* Marktforschung darauf, den Markterfolg von Unternehmen durch umsetzungsorientierte Marktforschung und daraus abgeleitete Maßnahmenempfehlungen abzusichern.

An der Durchführung von kundenindividuellen Marktforschungsstudien arbeiten 16 hochqualifizierte Mitarbeiter. Bei *puls* gibt es kein Marktforschungsprojekt ohne konkrete Maßnahmenempfehlungen für bessere Entscheidungen und Strategien.

Leitlinie der Arbeit bei *puls* ist das Leistungsversprechen „For Better Decisions“. Eine stetig wachsende Anzahl nationaler und internationaler Unternehmen sind von dem von *puls* entwickelten Konzept der Markennavigation überzeugt. Global Player wie Audi, Opel, Volkswagen, Audi, GORE-TEX, ZF Services oder BASF sichern ihr weiteres Wachstum durch maßgeschneiderte Marktforschung von *puls* ebenso ab wie mittelständische Unternehmen.

Mehr Informationen über *puls* Marktforschung finden Sie unter www.puls-marktforschung.de.