

Digitalkompetenz treibt das Interesse am Google-Auto

puls Studie zum Kaufinteresse am Google-Auto

von
puls Marktforschung GmbH
Dr. Konrad Weißner
26. September 2014

- ➔ **Stichprobe**
Befragung von 1.000 Personen über den *puls* AutokäuferMonitor, die den Kauf eines Fahrzeugs planen bzw. vor kurzem ein Fahrzeug gekauft haben
- ➔ **Befragungsdauer**
ca. 10 Minuten
- ➔ **Methode**
Online-Befragung über den *puls* AutokäuferMonitor
- ➔ **Konzeption, Analyse und Interpretation**
puls Marktforschung GmbH, Schwaig b. Nürnberg

42% haben bereits von dem selbstfahrenden Google-Auto gehört.

Bekanntheit selbstfahrendes Google-Auto

Haben Sie bereits von dem selbstfahrenden Google-Auto gehört?

Antwort:
Ja

Gesamt 41,9

Bis 30 Jahre 45,9

31-50 Jahre 43,4

Über 50 Jahre 36,1

Weiblich 25,2

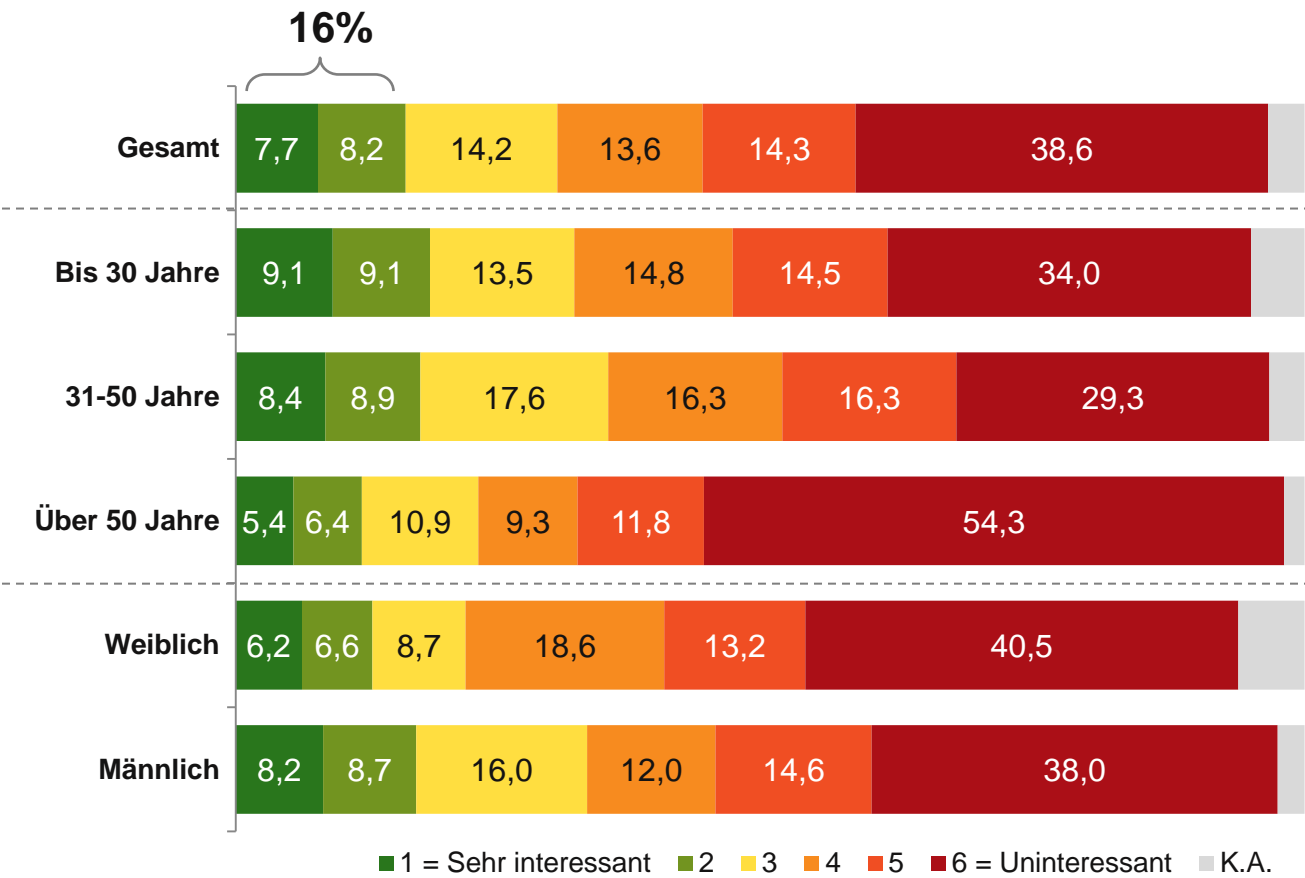
Männlich 47,2

(Erstaunliche) 16% bekunden Kaufinteresse am selbstfahrenden Google-Auto.



Kaufinteresse am selbstfahrenden Google-Auto

Wie interessant ist es für Sie jetzt oder später ein selbstfahrendes Auto von Google zu kaufen?



Jeder dritte Autokäufer erwartet, dass Google bei seinem selbstfahrenden Auto etwas anders macht.

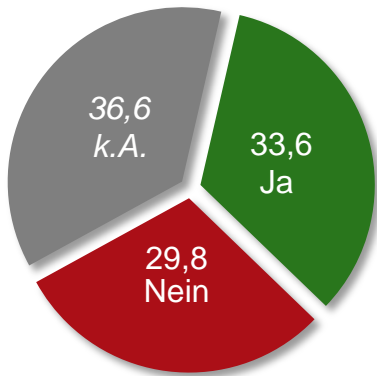


Besonderheiten des selbstfahrenden Google-Autos

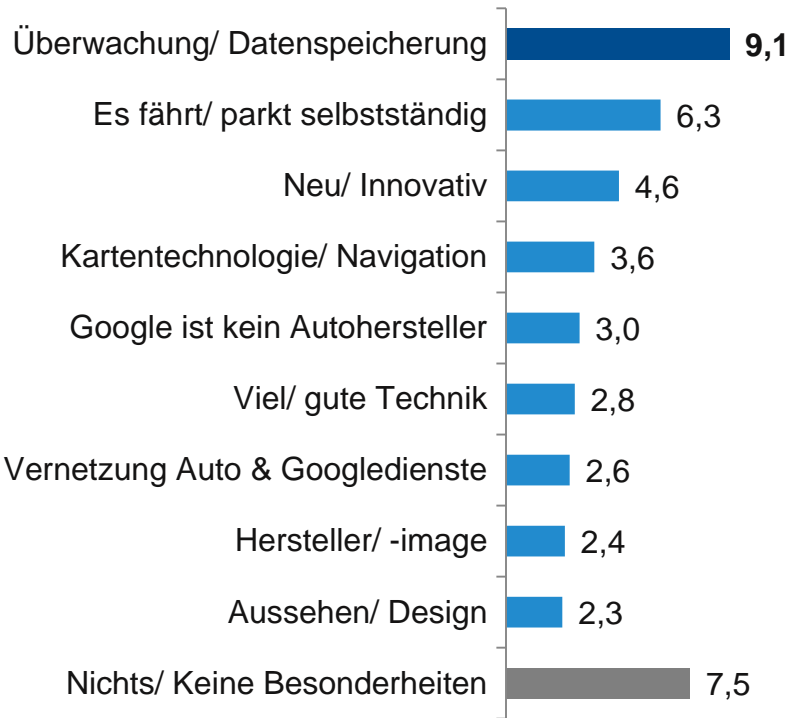
Denken Sie, dass Google bei seinem selbstfahrenden Auto etwas anders macht, als herkömmliche Automobilhersteller?

Was ist das Besondere an Google und dem Google-Auto gegenüber herkömmlichen Automobilherstellern?

Macht Google etwas anders?



Besonderheiten:





Gründungsjahr:	1992
Feste Mitarbeiter:	20
Mitarbeiter Telefonstudio:	140
Firmensitz:	Schwaig bei Nürnberg

Kerngeschäft: Quantitative und qualitative Marktforschung

Ziel: ***For Better Decisions***
Effiziente Marktforschung und
Empfehlungen für bessere Entscheidungen
und Strategien.

Aktive Mitgliedschaften:



Referenzen





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 2014

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://

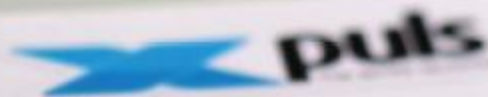
Automotive WebScreening/ Google Trends

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

IV. Typische Individualprojekte von puls in der Automobilbranche



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



puls MARKTFORSCHUNG

FOR BETTER DECISIONS

puls MARKTFORSCHUNG GmbH
Röthenbacher Straße 2
90571 Schwaig bei Nürnberg
info@puls-marktforschung.de

Telefon +49 911 9535-400
Fax +49 911 9535-404
E-Mail info@puls-marktforschung.de

www.puls-marktforschung.de E-Mail info@puls-marktforschung.de

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