

Wahrnehmung und Management von Rückrufaktionen in der Automobilbranche

puls Studie bei 1.002 Autokäufern zur Wahrnehmung und den Folgen von Rückrufaktionen mit Trendvergleichen (2014, 2011, 2005), Expertenkommentaren und Maßnahmenvorschlägen

puls Marktforschung GmbH
Röthenbacher Straße 2
90571 Schwaig bei Nürnberg

www.puls-marktforschung.de

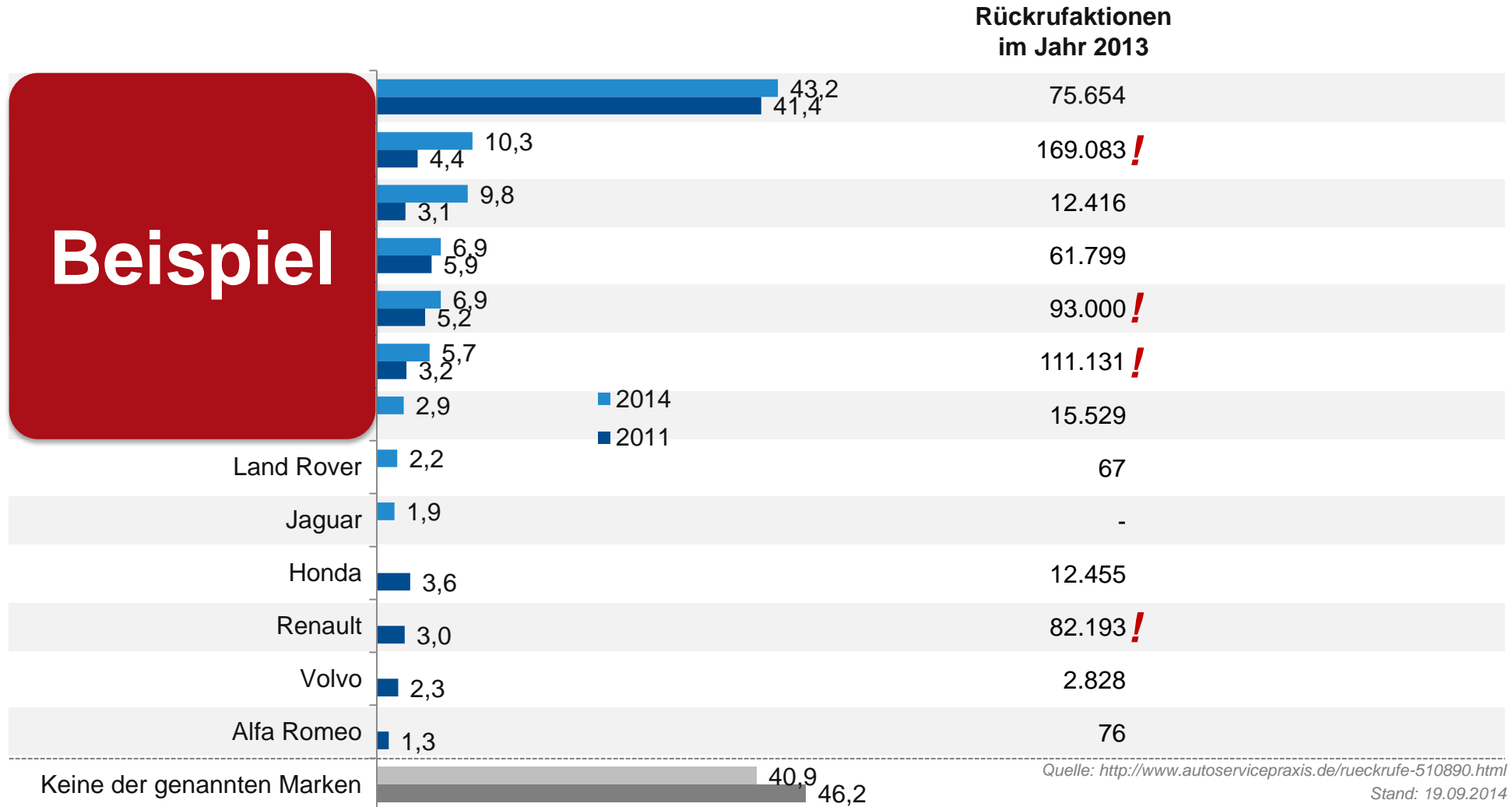
- A.** Studiendesign und Stichprobenstruktur
- B.** Expertenkommentare von Dr. Weißner und Prof. Brachat
- C.** Entwicklung von Rückrufaktionen
- D.** Wahrnehmung von Rückrufaktionen
- E.** Web 2.0 Analyse: Risiken beim Umgang mit Rückrufen
- F.** Web 2.0 Analyse: Erfolgsfaktoren erfolgreicher Rückrufe
- F.** Fazit und Maßnahmenvorschläge
- G.** Anhang

- ➔ Welche Marken fallen bei Autokäufern durch Rückrufaktionen besonders auf?
- ➔ Wie stark schädigt eine Rückrufaktion das Vertrauen in eine Automarke?
- ➔ Wie zufrieden sind betroffene Autofahrer mit der Durchführung von Rückrufaktionen?
- ➔ Welchen Einfluss haben Rückrufaktionen auf den erneuten Kauf der jeweiligen Marken?
- ➔ Welche Unterschiede zeigen sich nach Alter, Geschlecht und gefahrener Marke?
- ➔ Welche Risiken bergen Rückrufaktionen? Was kann man falsch machen?
- ➔ Wie gelingt es, Rückrufaktionen zum Vertrauensaufbau zu nutzen?

... fällt nach wie vor besonders durch Rückrufaktionen auf.

Aufgefallene Marken durch Rückrufaktionen

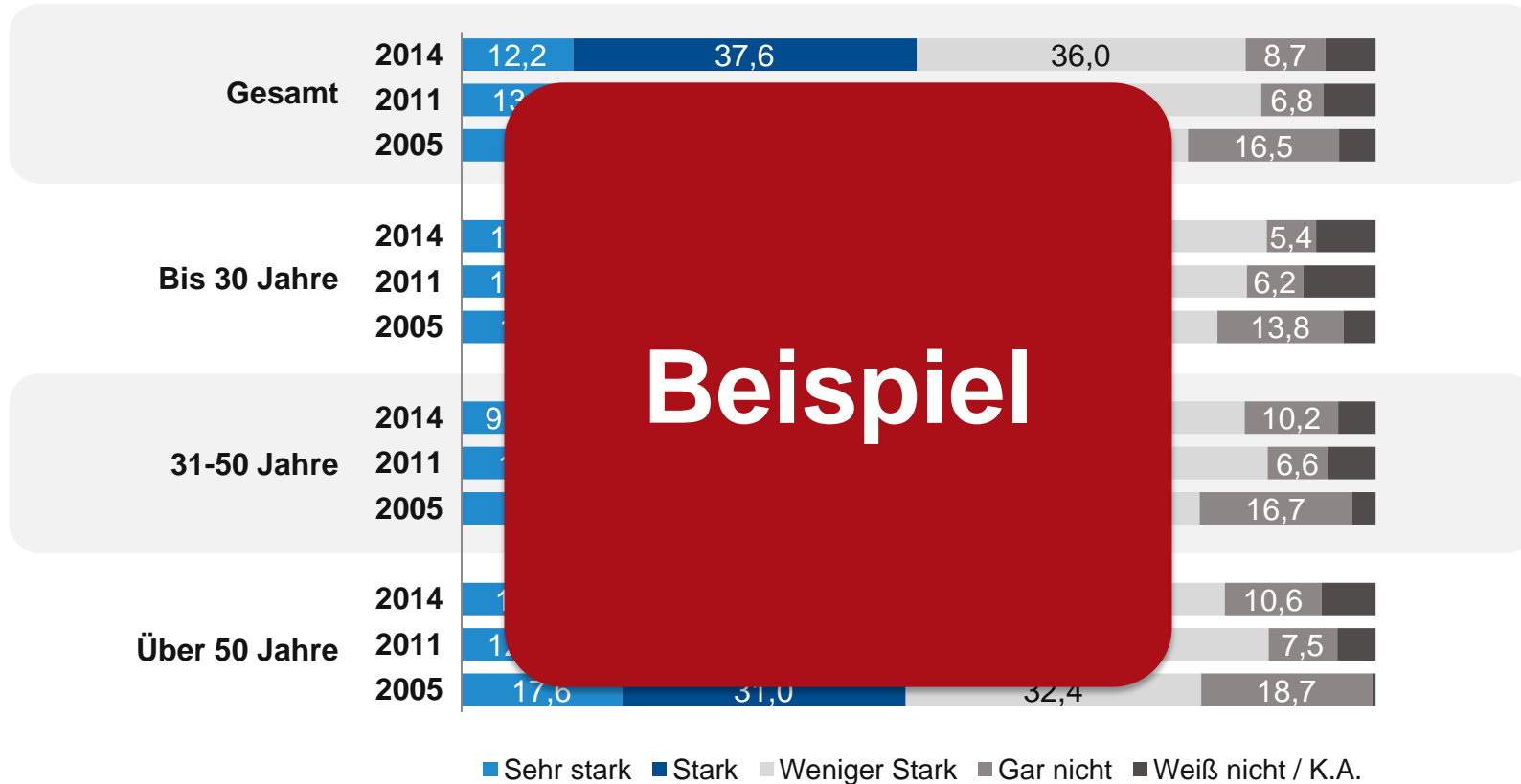
Welche der folgenden Marken ist Ihnen im vergangenen Jahr durch Rückrufaktionen besonders aufgefallen?



Hoher aber leicht rückläufiger Vertrauensverlust durch Rückrufaktionen, vor allem bei ...

Vertrauensverlust durch Rückrufaktionen – nach Alter

Wie stark schädigt eine Rückrufaktion Ihr Vertrauen in eine Automarke?



Rückrufaktionen

Erscheinungsform: pdf-Dokument

Herausgeber: *puls* Marktforschung GmbH,
Schwaig bei Nürnberg

Preis: € 299,- zzgl. MwSt.

Ihre Ansprechpartner:



Dr. Konrad Weißner
0911-9535-400



© Alle Rechte, insbesondere der Weiterleitung an Dritte oder der Übersetzung, vorbehalten! Alle Texte und Grafiken der Studie sind urheberrechtlich geschützt. Eine Übernahme für private Zwecke ist unter deutlicher Quellenangabe gestattet. Die Übernahme und Nutzung der Daten zu anderen Zwecken bedarf der schriftlichen Zustimmung der *puls* Marktforschung GmbH.

Unsere Faxnr.: +49 (0)911 / 95 35 404

Ich bin interessiert an der Studie
„Rückrufaktionen“.

- Ich bestelle die Studie zum Preis von € 299,- zzgl. MwSt. – die Zahlung erfolgt per Rechnung.
- Ich bin an einer Präsentation vor Ort interessiert. Bitte kontaktieren Sie mich diesbezüglich.

Firma: _____

Name: _____

Anschrift: _____

E-Mail: _____

Telefon: _____



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:





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)



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

Thema	Erscheinungsdatum	Preis
Mobilitätsfinanzierung 3.0	Jun 2014	€ 299,-
Marktchancen von Elektroautos: Lifestyle? Gewissen? Geldbeutel?	Mrz 2014	€ 299,-
Autokäufer 3.0 – Automobilvertrieb 3.0	Mrz 2014	€ 299,-
Facebook goes Automotive Sales	Jan 2014	€ 299,-
Marktpotenziale von SUVs	Nov 2013	€ 299,-
Kunde 3.0 – Marketing 3.0 „Wie das Internet die Kunden und das Marketing verändert“	Okt 2013	€ 299,-
Connected Cars und Google Glass: Wie das Internet Einzug in das Auto hält	Sep 2013	€ 599,-
Der Konfiguratorcheck: Auf der Suche nach dem passenden Fahrzeug	Sep 2013	€ 299,-
Werdende und junge Eltern als Kundensegment der Automobilbranche	Mai 2013	€ 299,-
Carsharing - Autos kaufen oder teilen?	Apr 2013	€ 299,-
Autokäufer berühren	Mrz 2013	€ 299,-
Marktchancen von Billigautos in Deutschland	Jan 2013	€ 299,-





puls Marktforschung GmbH

Röthenbacher Straße 2
90571 Schwaig bei Nürnberg

Telefon 0911-9535-400
Fax 0911-9535-404

wessner@puls-marktforschung.de
www.puls-marktforschung.de