




„Autokäufer, Automobilverkauf und Servicegeschäft 3.0“

Summary 10. puls Automobilkongress am 20. März 2014 im Dauphin Speed Event in Hersbruck - Auszug

von
puls Marktforschung GmbH
Dr. Konrad Weißner

 Summary und Maßnahmenempfehlungen 14 hochkarätiger Referenten

 Ausgewählte Erkenntnisse und Maßnahmen der Teilnehmer

 Bilder der Veranstaltung

Summary und Maßnahmenempfehlungen 14 hochkarätiger Referenten



Dominic Multerer (Unternehmer und Marketeer)	„Marken müssen bewusst Regeln brechen und erlebbar sein“
Prof. Hannes Brachat (Herausgeber Fachzeitschrift AUTOHAUS)	„Gestaltete Zukunft – durch digitale Gesamtstrategie“
Dr. Konrad Weißner (Geschäftsführer puls Marktforschung GmbH)	„puls Studie Autokäufer 3.0 – Automobilvertrieb 3.0“
Dr. Ing. Bernd Pischetsrieder (Vorsitzender des Aufsichtsrats Münchner Rück, ehem. Vorstandsvorsitzender der BMW AG sowie des VW-Konzerns, Gesellschafter C.F. MIRBACH GmbH & Co. KG)	„Was die neue von der alten Mobilität lernen kann“
Antje Woltermann (Geschäftsführerin Zentralverband Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe e. V.)	„Automobilvertrieb 3.0 – Ist das Vertragshändlersystem zukunftsfähig?“
Klaus Burger (Geschäftsführer MAHA Maschinenbau Haldenwang GmbH & Co. KG)	
Markus Gold (Leiter E-Business, Online Marketing & Social Media Autohaus Kunzmann GmbH & Co. KG)	„Talkrunde: After Sales goes Online – Digitale Kunden- und Fahrzeugdaten als Treiber des Servicegeschäfts“
André Stark (Geschäftsführer AutoScout24 GmbH)	

Summary und Maßnahmenempfehlungen 14 hochkarätiger Referenten



Tom Acland <i>(Co-Head of Interactive Sales Solutions RTT AG)</i>	„Das neue Equilibrium im Spiel zwischen Marke, Markt und Händler“
Burkhard Weller <i>(Geschäftsführender Gesellschafter WELLERGRUPPE GmbH & Co KG)</i>	„Back to the roots – erfolgreich in die Zukunft“
Oliver Philipp Cristinetti <i>(Geschäftsleitung TÜV SÜD Auto Service GmbH)</i>	„Wie Autohäuser Emotionen wecken – Verleihung des <i>puls</i> Video Awards durch den TÜV Süd“
Tanja Hufschmidt <i>(Google Germany GmbH)</i>	„Winning with Data – Digitales Marketing als Quelle für alle relevanten Kundeninformationen“
Roman Still <i>(Vorstandssprecher der AVAG Holding AG)</i>	„Händlerstrategie der AVAG im Internetzeitalter“
Julius van de Laar <i>(Kampagnenexperte und Strategieberater VAN DE LAAR CAMPAIGNING Berlin)</i>	“Next Practice Campaigning: Learnings aus der Obama Kampagne”

Business in the age of experience

Der Untertitel des Vortrags von Tom Acland vom Visualisierungsunternehmen RTT bringt eine wichtige Erkenntnis unseres 10. Automobilkongresses auf den Punkt: Automobilvertrieb 3.0 heißt, bestehendes in Frage stellen, Neues ausprobieren und Erfahrungen bei der Frage sammeln, wie Autokäufer und Servicekunden in den „Momenten der Wahrheit“ überrascht werden können.

Dabei, so Burkhard Weller, müssen wir den Automobilvertrieb nicht neu erfinden. Es geht um eine Evolution, nicht um die vielfach kolportierte Revolution. Trotz der wichtiger werdenden Online-Anbahnung von Kundenleads sind und bleiben Autohäuser, Verkäufer und Probefahrten laut unserer Studie „Automobilvertrieb 3.0“ die entscheidenden „Moments of Truth“. Nach wie vor, so Roman Still, Sprecher der AVAG Holding kaufen Menschen Autos von Menschen. Von daher tun Autohäuser gut daran, sich Gedanken zu machen, wie sie ihre Kunden im Autohaus überraschen. Dies kann beispielsweise mit Sondermodellen oder außergewöhnlichen Fahrzeugen wie dem BMW Z8 gelingen, die in die emotionale Markenkasse der Händler bzw. Hersteller einzahlen.

In diesem Zusammenhang lässt sich laut Dr. Pischetsrieder ein Trend weg von den eher praktischen Multi-Purpose Vehicles hin zu stärker emotional besetzten Single-Purpose Vehicles feststellen. Nutzen Sie diesen Trend für emotionale Inszenierungen im Autohaus. Kunden im Autohaus können und sollten auch dadurch überrascht werden, dass wir sie direkt bei ihrer Kontakt- bzw. Kaufhistorie abholen. Insgesamt wird uns die Sammlung und Nutzung von Kontakt-, Kunden- und Fahrzeugdaten die Möglichkeit bieten, unseren Kunden individuelle, personalisierte Angebote z. B. für Serviceleistungen zu unterbreiten.

Entscheidend wird es auch sein, Händlerleistung zu visualisieren und erlebbar zu machen. Die bei unserem Automobilkongress prämierten besten Autohaus-Videos sind dafür ein wirksamer Weg. Nach wie vor, so Julius van de Laar, kommt es aber auf eine klare, authentische und emotionale Botschaft wie die von Martin Luther King an, der gesagt hat, „I have a dream“ und nicht „I have a plan“.

Ich wünsche Ihnen viel Erfolg bei der Entwicklung und Umsetzung IHRER Strategie und auch den Mut, neue Wege zur Gewinnung und Loyalisierung von Autokäufern auszuprobieren!

Dr. Konrad Weßner



Dr. Konrad Weßner
Geschäftsführer
puls Marktforschung GmbH

- Führungskräfte im Automobilvertrieb und Handel ...
und mit dem anderen Bein in ...
- Händler mit Zukunftsorientierung ...
erfolgreiche We ...
- Die nachrückenden ...
Vertrauen und O ...
- Der Automobilvertrieb ...
(neutrale) Orientierung ...
"Möglichkeiten" gibt.
- Händler mit Zukunftsorientierung ...
die entscheidenden Kontaktpunkte bestehender
und neuer Kunden in den Bereichen Neuwagen, Gebrauchtwagen, Werkstatt und Finance.
- Kundendaten werden zur strategischen Grundlage für **personalisiertes Marketing** im
Neuwagen-, Gebrauchtwagen- und Aftersales-Geschäft.

Beispiel



Dr. Konrad Weßner
Geschäftsführer
puls Marktforschung GmbH

„Autokäufer, Automobilverkauf und Servicegeschäft 3.0“

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 Summary vom 10. *puls* Automobilkongress am 20. März 2014 im Dauphin Speed Event in Hersbruck

„Autokäufer, Automobilverkauf und Servicegeschäft 3.0“.

- 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:





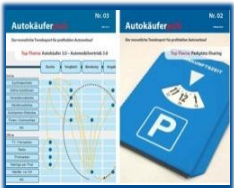
pulsSchlag

Monatliche Erhebung der Konjunktur- und Verkaufserwartungen der Autohäuser
(Seit 2000 in Kooperation mit der Fachzeitschrift AUTOHAUS)



Autohaus Online-Panel

Händler-Panel bei 1.600 Entscheidern in Autohäusern



AutokäuferMonitor / GewerbekundenMonitor

Markenübergreifende Befragung von monatlich 1.000 Autokäufern und 1.500 Autofлотtenkunden (2x jährlich).



SchwackeMarkenMonitor/ AUTOHAUS BankenMonitor/ AUTOHAUS VersicherungsMonitor

Jährliche Messungen der Händlerzufriedenheit mit Herstellern/Importeuren, Autobanken und Versicherungen.



Automotive WebScreening / Google Trends

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

Thema	Erscheinungsdatum	Preis
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,-
Kunden 3.0 – Marketing 3.0	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 idealen Fahrzeug	Aug 2013	€ 299,-
Werdende und junge Eltern als Kundensegment der Automobilbranche	Mai 2013	€ 299,-
Autos kaufen oder teilen?	Apr 2013	€ 299,-
Autokäufer berühren	Mrz 2013	€ 299,-
Marktchancen von Billigautos in Deutschland	Jan 2012	€ 199,-
Verkauf von Finanzdienstleistungen im Nutzfahrzeuggeschäft	Okt 2012	€ 199,-
Trends und Erfolgsfaktoren der Etablierung von Elektromobilität	Jul 2012	€ 199,-





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