

www.autoscout24.de

AUTO
SCOUT 24

Leadmanagement im Autohaus

Gebrauchtwagen-Kongress | Hannover | 01.12.2009 |
Peter Lorenzen, AutoScout24 GmbH



Inhaltsverzeichnis

➔ (1) Bedeutung des Internets beim Autokauf

- ➔ Nutzungsverhalten
- ➔ Informationsverhalten beim Autokauf
- ➔ Internet für den Automobilhandel

(2) Der Online-Vermarktungsprozess

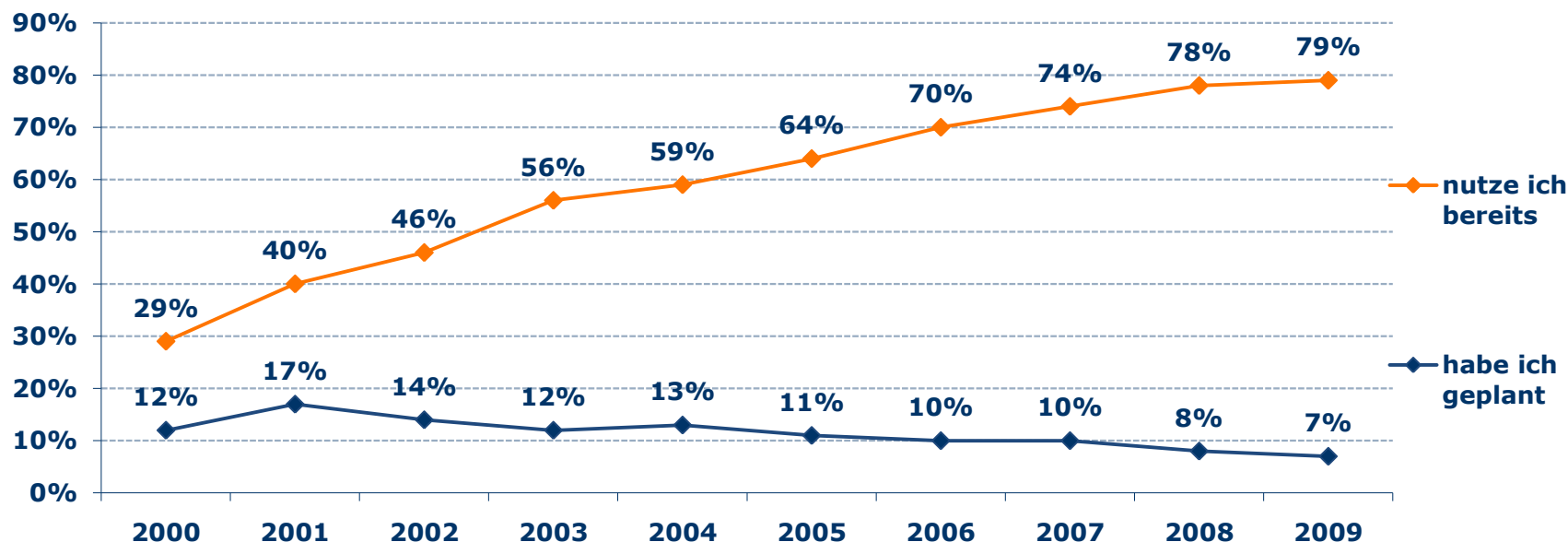
(3) Leadmanagement

- ➔ Einführung Leadmanagement
- ➔ AS24 AnrufManager
- ➔ Beispiel aus der Praxis

(4) Zusammenfassung

Nutzungsverhalten im Internet

Ausbreitung der Internetnutzung in der deutschen Bevölkerung

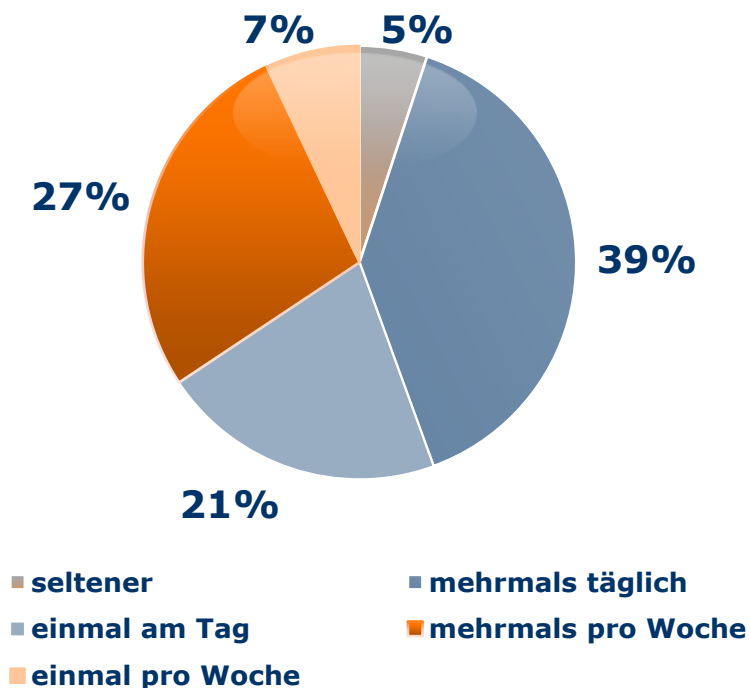


79 % der 18-59 Jährigen sind online. Weitere 7 % planen in nächster Zeit das Internet zu nutzen.

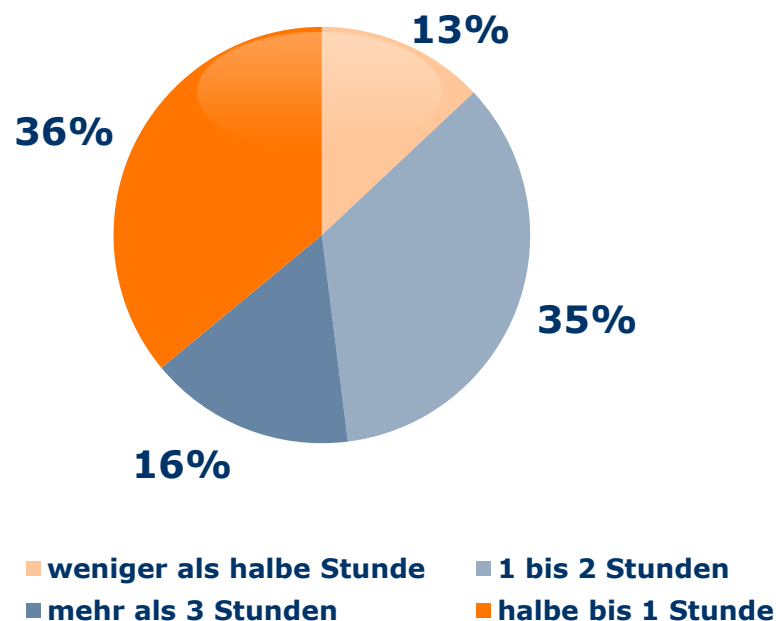
Nutzungsverhalten im Internet

Die 18-59-jährigen Onliner sind passionierte Surfer: Fast alle surfen wöchentlich, 60% täglich. Über die Hälfte ist täglich mehr als 1 Stunde im Netz.

Nutzungsfrequenz



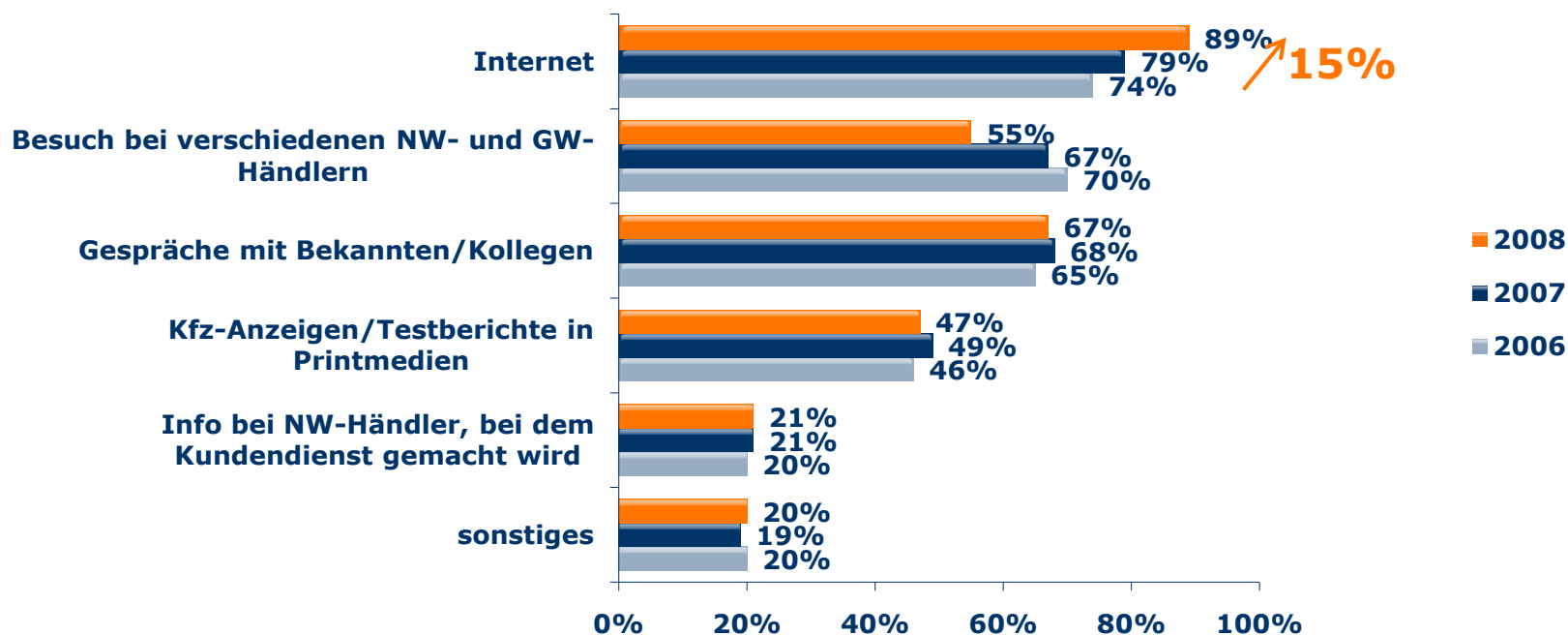
Nutzungsdauer pro Tag



Quelle: Institut für Demoskopie Allensbach, ACTA 2009
Basis: 18-59 Jahre (42,01 Mio.)

Informationsverhalten beim Gebrauchtwagenkauf

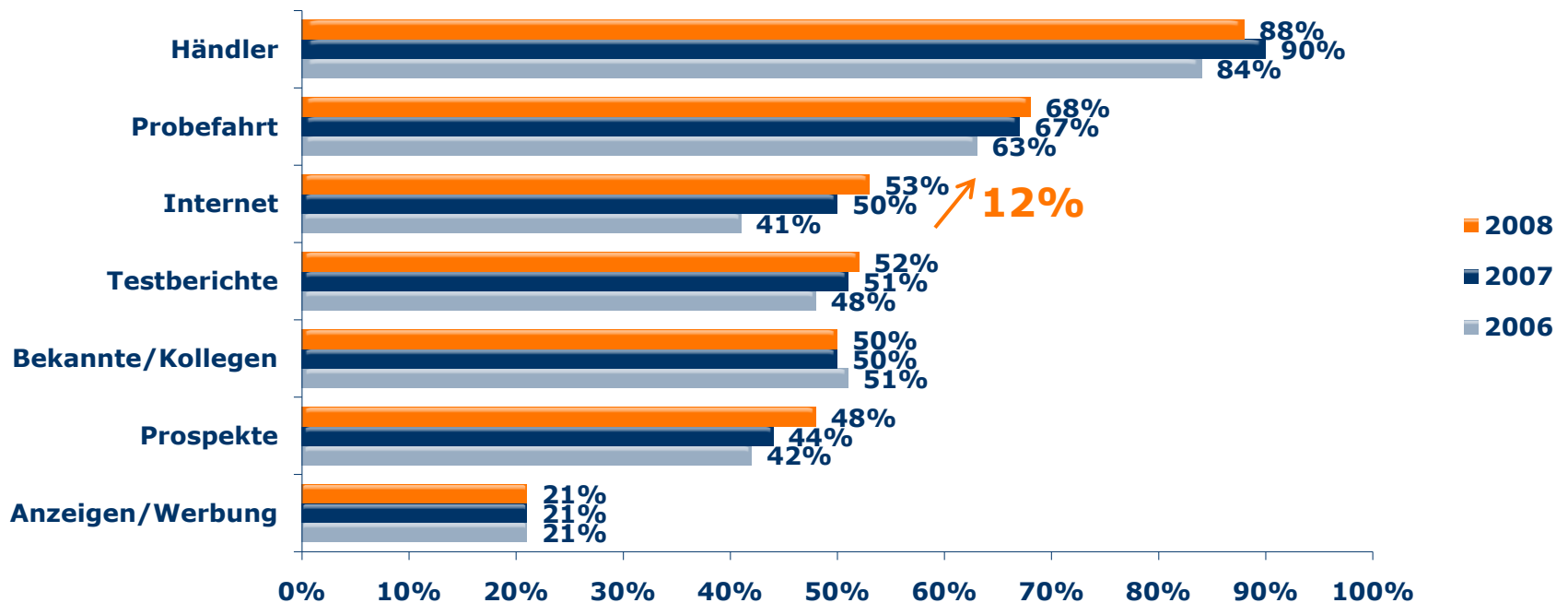
Informationsverhalten beim Gebrauchtwagenkauf



Bei der Suche nach einem Gebrauchtwagen informieren sich fast 90% im Internet.

Informationsverhalten beim Neuwagenkauf

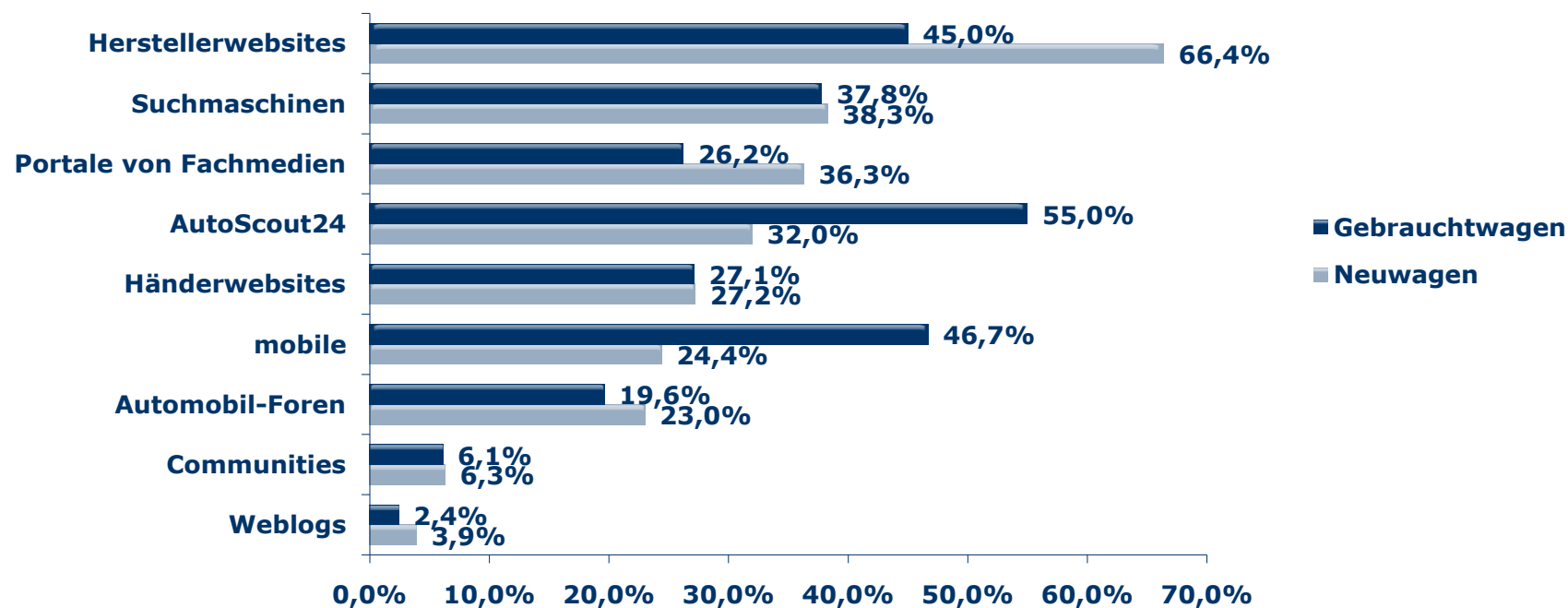
Informationsverhalten beim Neuwagenkauf



Bei Neuwagenkäufern steigt die Bedeutung des Internets als Infoquelle stetig – bereits jeder Zweite informiert sich online.

Im Kaufprozess genutzte Medien

Im Kaufprozess genutzte Medien



Neben den klassischen Informationsmedien nehmen neue Medien wie Communities und Foren mittlerweile einen Platz ein.

Das Internet für den Automobilhandel

Die Bedeutung des Internets für den Automobilhandel lässt sich in zwei Säulen unterteilen:

1 Absatz- und Vertriebskanal

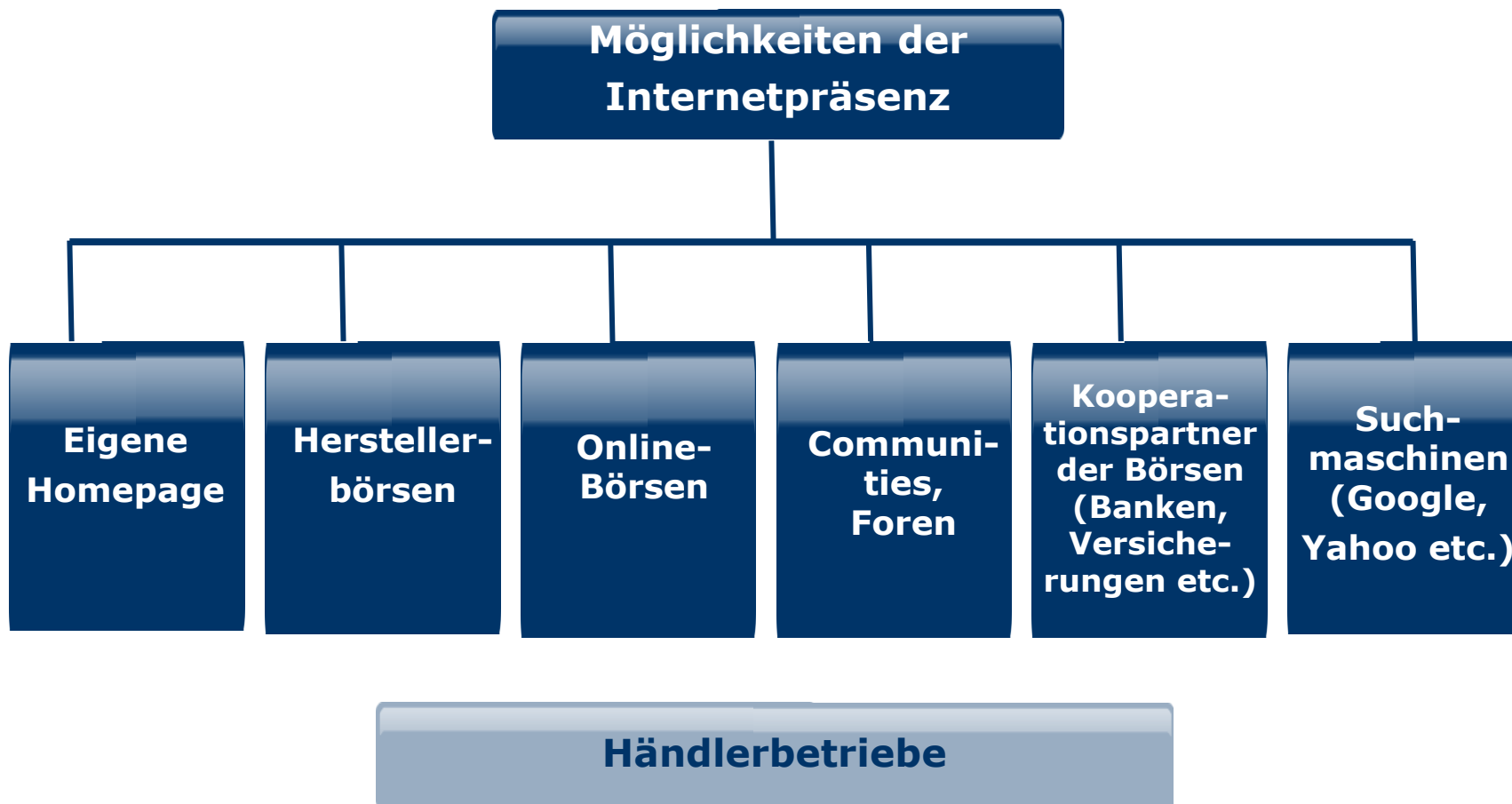
Als überregionaler Absatz- und Vertriebskanal zur Vermarktung von Fahrzeugen, Teilen und Zubehör sowie Services über die eigene Homepage oder externe Seiten.

2 Kommunikationskanal

Als Kommunikationskanal bietet das Internet u. a. folgende Möglichkeiten:

- Darstellung des Unternehmens und dessen Produkt- und Leistungsportfolios auf der eigenen Homepage und externen Seiten
- Kommunikation mit Kunden und Interessenten via E-Mail, Newsletter, Gästebücher auf der Homepage etc.
- Werbemedium zur zielgenauen Ansprache von potenziellen Kunden und Interessenten mit geringen Streuverlusten

Internetpräsenz



Inhaltsverzeichnis

- (1) Bedeutung des Internets beim Autokauf
 - Nutzungsverhalten
 - Informationsverhalten beim Autokauf
 - Internet für den Automobilhandel
- ➡ (2) **Der Online-Vermarktungsprozess**
- (3) Leadmanagement
 - Einführung Leadmanagement
 - AS24 AnrufManager
 - Beispiel aus der Praxis
- (4) Zusammenfassung

Änderung der Kaufprozesse durch das Internet

Durch das Internet verlagert sich die Arbeit des Autohauses - die Kaufprozesse ändern sich.

Gestern: Fahrzeugkäufe mit Hilfe von Print-Medien



Heute: Fahrzeugkäufe mit Hilfe des Internets



Kunden sind besser informiert. Das erste "Verkaufsgespräch" findet online statt.

Der Online-Vermarktungsprozess

Die Stufen des Vermarktungsprozesses im Internet



- ➔ Die professionelle Vorbereitung ist das A und O.
- ➔ Es lohnt sich, Zeit bei der Angebotserstellung zu investieren.
- ➔ Lassen Sie das Angebot online nicht alleine.
- ➔ Bei der Verkaufsabwicklung sehen Sie, dass sich die Mühe lohnt.
- ➔ Stellen Sie die schnelle Beantwortung der Anfragen sicher.
- ➔ Binden Sie Ihre Käufer langfristig.

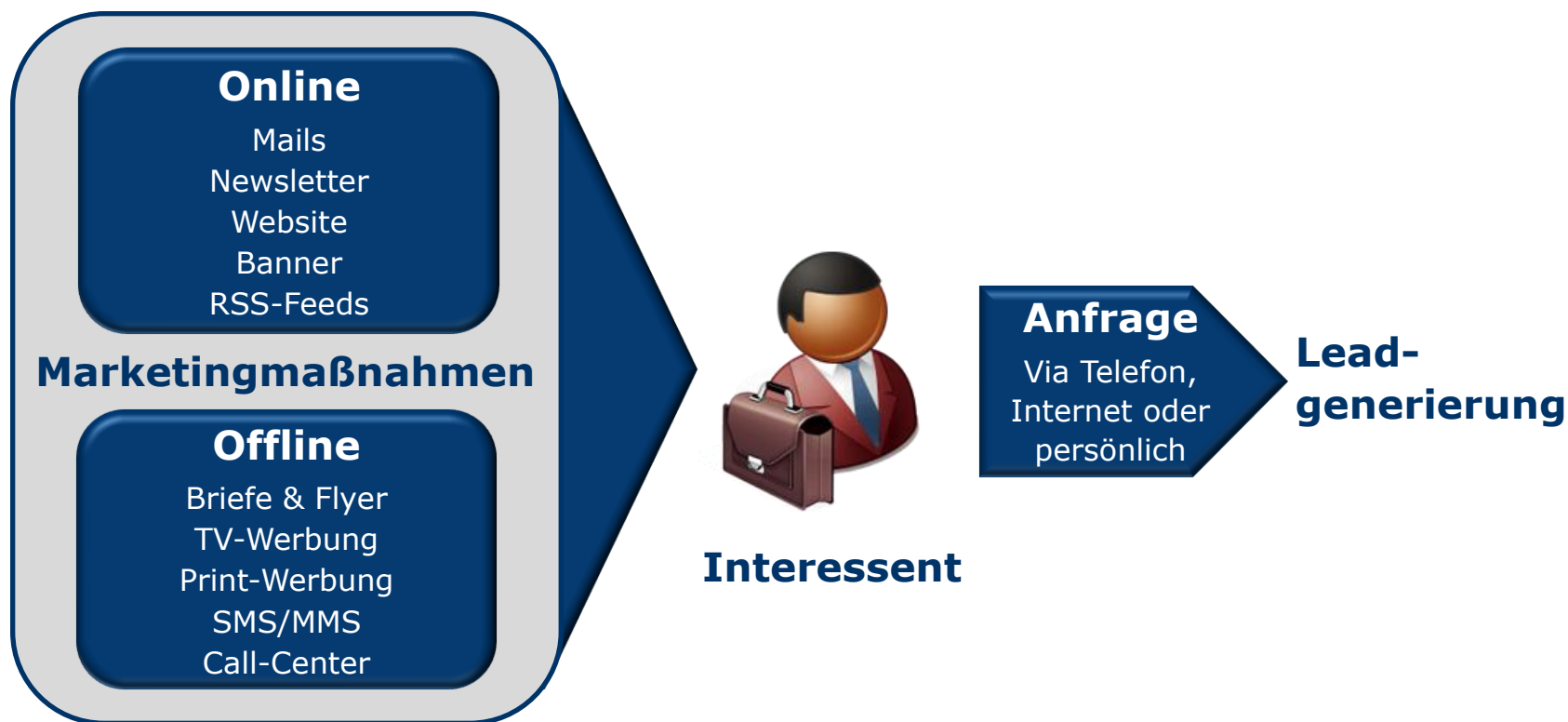
Inhaltsverzeichnis

- (1) Bedeutung des Internets beim Autokauf
 - Nutzungsverhalten
 - Informationsverhalten beim Autokauf
 - Internet für den Automobilhandel
- (2) Der Online-Vermarktungsprozess
- ➔ (3) **Leadmanagement**
 - Einführung Leadmanagement
 - AS24 AnrufManager
 - Beispiel aus der Praxis
- (4) Zusammenfassung

Leadmanagement

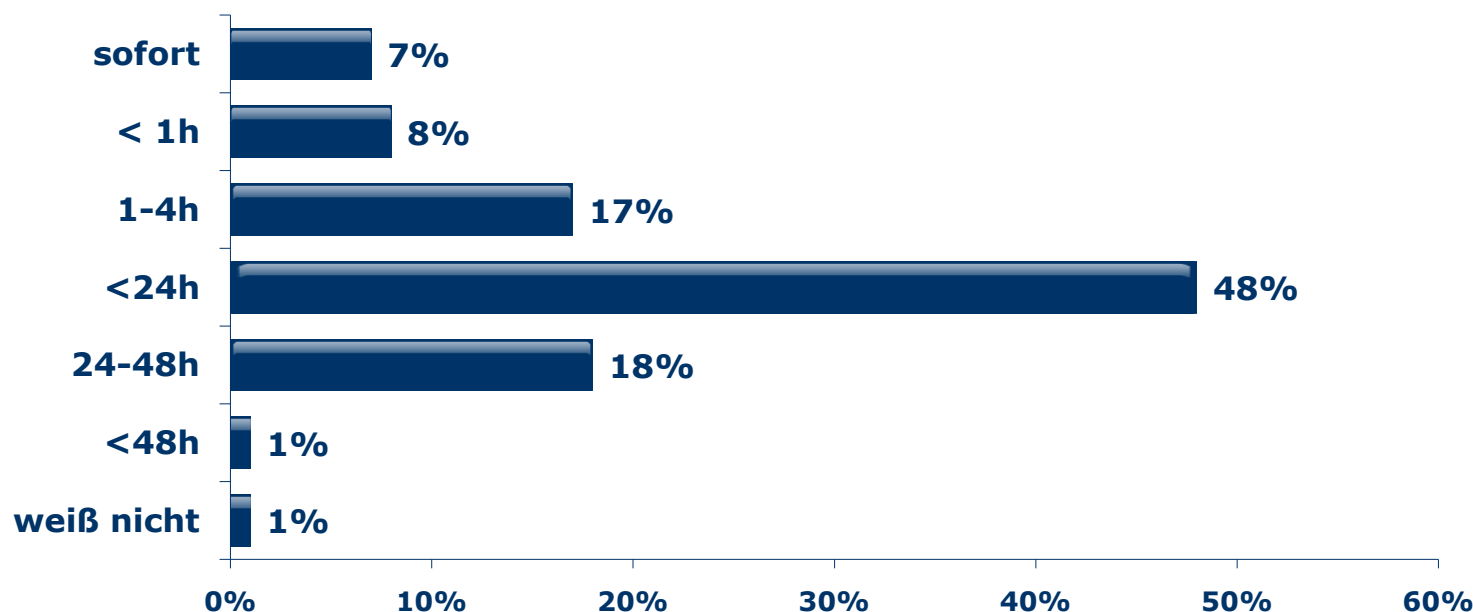
Das Leadmanagement befasst sich mit der optimalen Gestaltung und Steuerung der Neukundenakquise-Prozesse im Autohaus.

In der heutigen Zeit muss das oberste Ziel sein, einen Interessenten schnell zu einem Kunden zu machen und bestehende Kunden zu halten.



Erwartete Reaktionsgeschwindigkeit

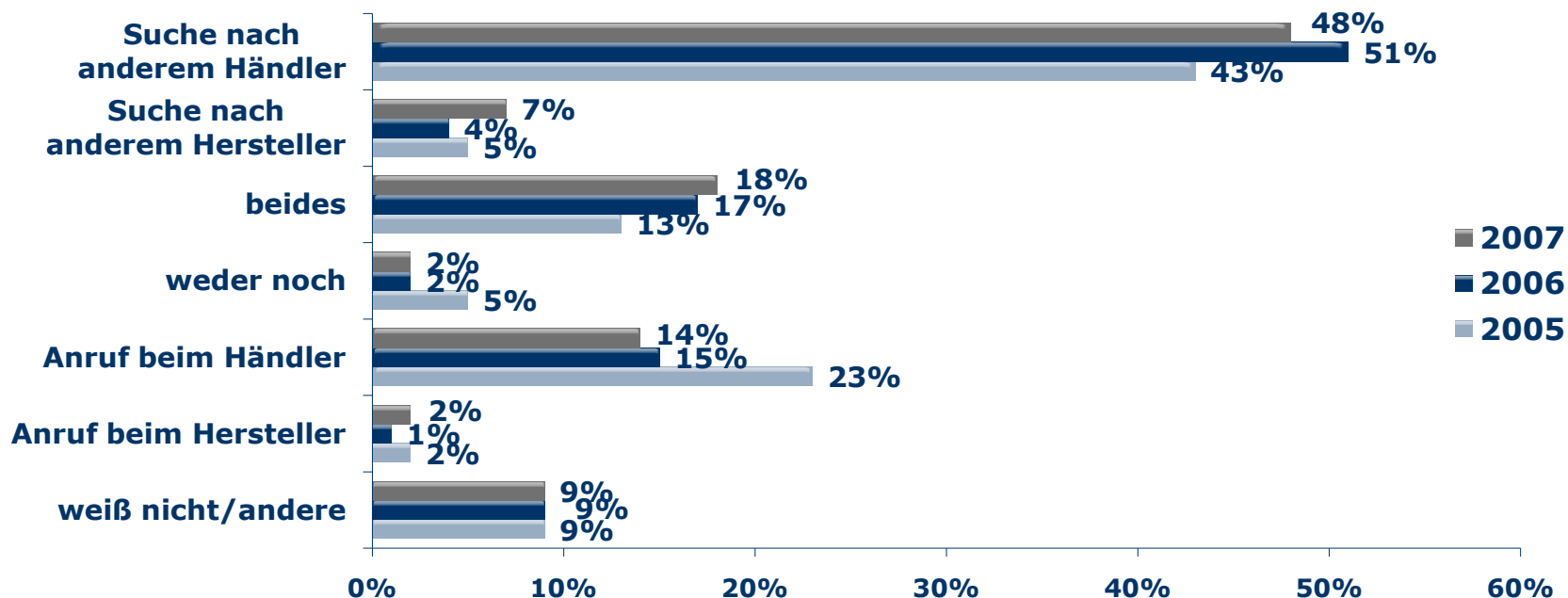
Erwartete Reaktionszeit in Deutschland



Die Konsumenten in Deutschland erwarten eine schnelle Reaktion auf Ihre Anfragen an Automobilhändler oder Hersteller. Je näher der Kaufzeitpunkt rückt, desto schneller wird eine Antwort erwartet.

Konsequenzen zu langer Reaktionszeiten

Konsequenzen bei nicht rechtzeitiger Beantwortung von Anfragen



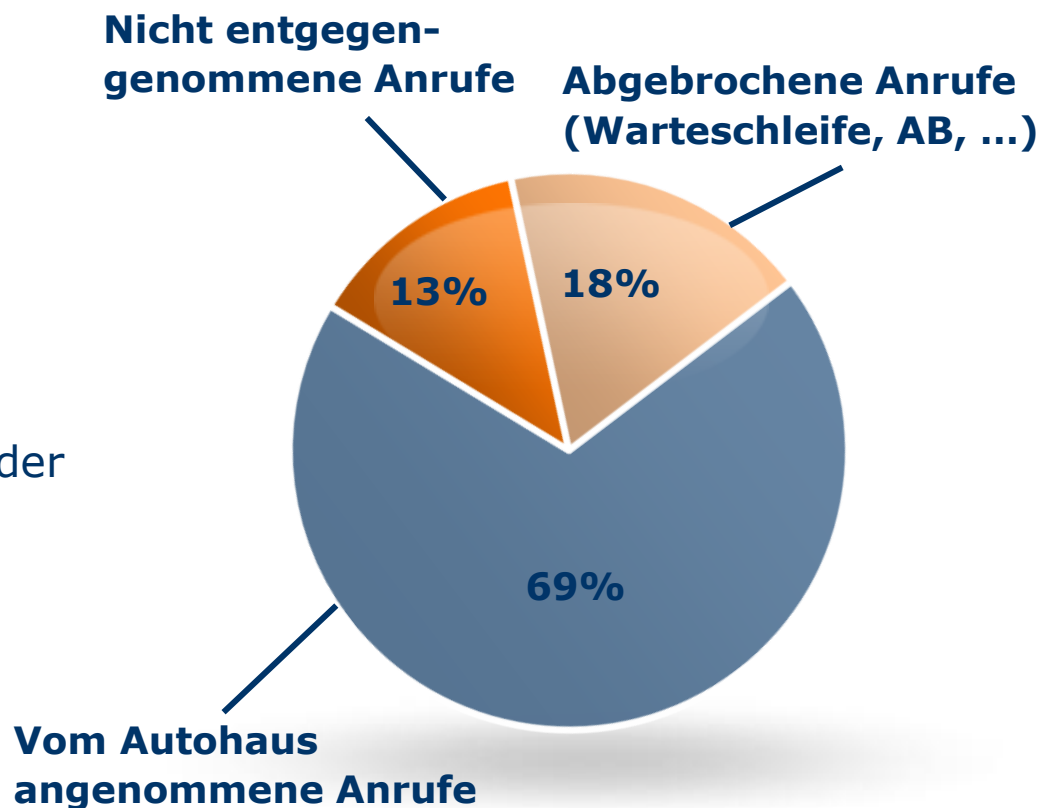
Bei zu langer Reaktionszeit auf eine Kontaktanfrage droht die Abwanderung des Interessenten zu einem anderen Anbieter.

Telefonische Nachfrage im Autohaus



Bis zu 30% der telefonischen Nachfrage geht verloren, weil die Verkäufer im Autohaus ...

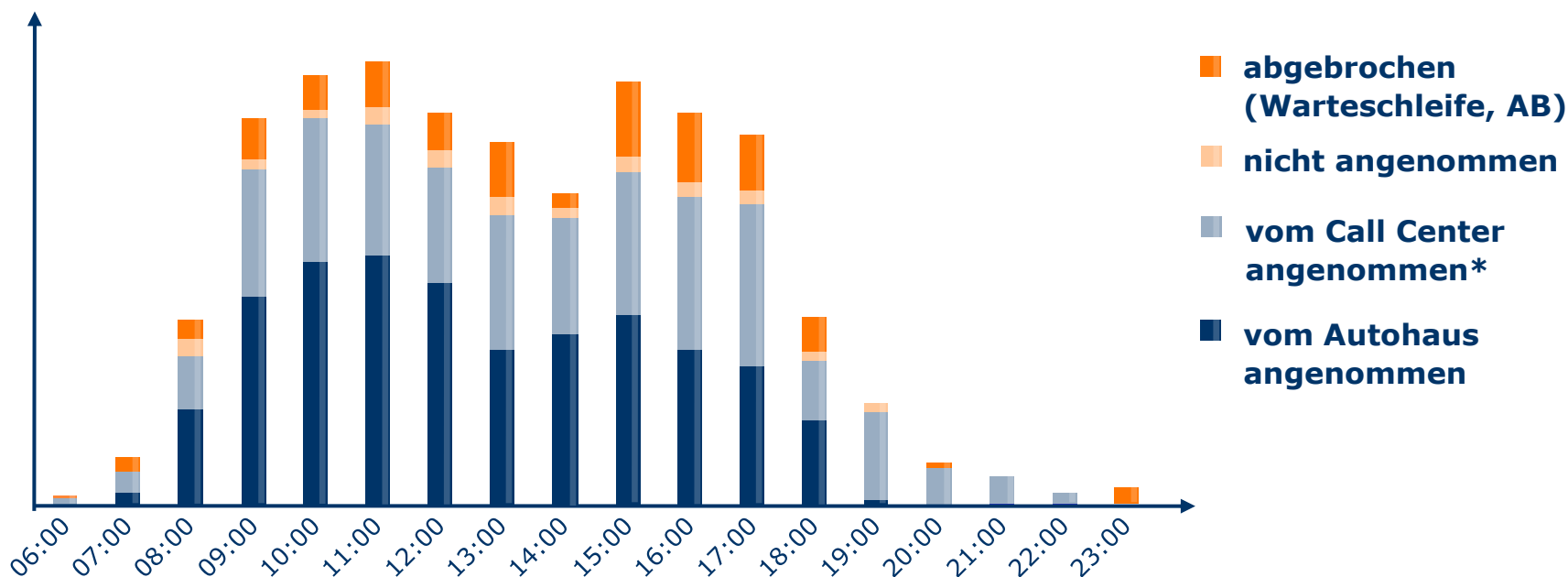
- ➔ ...gerade mit einem Interessenten telefonieren,
- ➔ ...momentan eine Probefahrt durchführen,
- ➔ ...in einem Kundengespräch sind oder
- ➔ ...der Interessent außerhalb der Öffnungszeiten anruft.



Telefonische Nachfrage im Autohaus



Pilottests zeigten – der Großteil der telefonischen Nachfrage geht während den Öffnungszeiten verloren.



- ➔ Interessenten rufen nur begrenzt ein 2. oder 3. Mal im Autohaus an
- ➔ Schnelle Reaktionszeiten sind gerade im derzeitigen Marktumfeld entscheidend

Leadmanagement

Vier Probleme einer erfolgreichen Neukundenakquise von Online-Interessenten:

Erreichbarkeit

- ➔ Häufig während der offiziellen Öffnungszeiten "nicht greifbar" (z.B. durch ein aktuelles Beratungsgespräch)
- ➔ Erreichbarkeit auf Öffnungszeiten beschränkt (8 - 18 Uhr)
- ➔ Verlagerung weg vom Showroom hin zum Internet

Antwortquote

- ➔ Nicht jeder Interessent wird bedient
- ➔ Nur vage Interessenten werden nicht ernst genommen
- ➔ Zuständigkeiten für die Beantwortung häufig nicht klar geregelt
- ➔ Häufig gehen Mailanfragen "verloren"

Reaktionszeit

- ➔ Über 80 % der Interessenten und Kunden erwarten eine Beantwortung innerhalb 24h
- ➔ Das (Premium) Markenversprechen muss auch in der Onlinekommunikation eingehalten werden

"Der Erste gewinnt"

Antwortqualität

- ➔ Der potentielle Kunde will auf dem Weg zur Kaufentscheidung optimal betreut werden
- ➔ Häufig automatisierte Standardnachrichten mit zum Teil keinen oder falschen Inhalten.
- ➔ Kunde wünscht Rückruf, erhält aber eine E-Mail

AS24 AnrufManager

Steigerung der Erreichbarkeit und damit der Nachfrage



- Ein potentieller Kunde ruft an und Sie nehmen das Gespräch nicht entgegen, so wird es automatisch an den AS24 AnrufManger weitergeleitet.
- Der Anruf wird in Ihrem Namen entgegen genommen – der Kunde merkt keinen Unterschied.
- Umgehend erhalten Sie ein detailliertes Gesprächsprotokoll (Kontaktdaten, Grund des Anrufs, ...) und können den Anrufer gezielt zurückrufen.
- Wöchentlich bekommen Sie eine Auswertung über all Ihre Anrufe.

AS24 AnrufManager

Detailliertes Anrufprotokoll

AN

AUTO
SCOUT 24

Autohaus Weber
 Muster Str. 123
 12345 Musterhausen
 Kd-Nr.: 90000

Anfrage Nr. 1234
 Datum: 12-01-2009 Uhrzeit: 12:15

Sehr geehrte Damen & Herren,
 Ihr AS24 AnrufManager hat eine Interessentenanfrage für Sie entgegengenommen.

AutoScout24 GmbH
 Rosenheimer Str. 143b
 81671 München
 Fon +49-(0)xx - xxx xxx-xx
 Fax +49-(0)xx - xxx xxx-xx

Angaben zum Interessenten

Name: Herr Max Mustermann
 Rufnummer: 0172 654 123 87
 Rückrufzeitpunkt: Vormittags
 Rückrufzeitpunkt: Heute
 E-Mail-Adresse: max.mustermann@muster.de

Fahrzeugdetails

Angebotsnr. 123456
 Marke & Modell: Opel Astra GT
 Anfrage: Probefahrt
 Sonstiges: Consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Erstzulassung: 02-08
 Preis: 15.000 €
 KM-Stand: 25.000
 Farbe: Blau - metallic

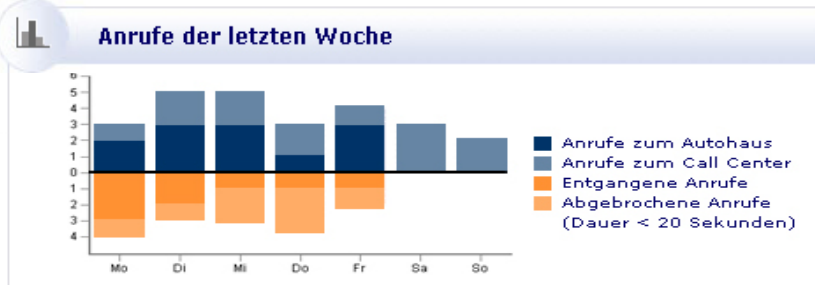
Alternative Angebote erwünscht

Maximaler Preis: 18.000€
 Maximaler KM-Stand: 30.000
 Maximales Alter: 01-08
 Bevorzugte Marke(n): BMW
 Bevorzugte Modelle: Kombi

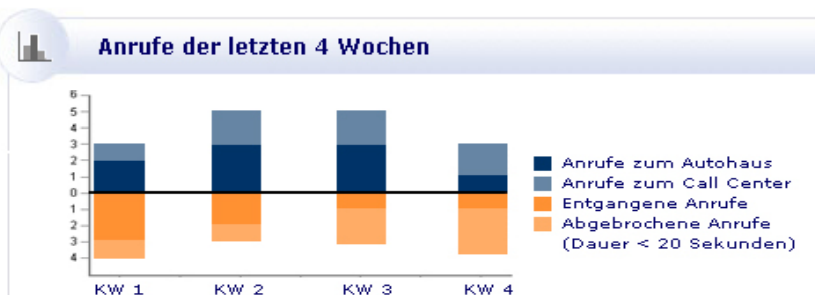
- ➔ Nur vorqualifizierte Anfragen werden an Sie bzw. Ihre Verkäufer weitergegeben
- ➔ Speziell für Telefonanfragen geschultes Personal nimmt Ihre Anrufe entgegen
- ➔ Versand des Protokolls umgehend nach Ende des Anrufs
- ➔ Verschiedene Versandoptionen
 - per Email
 - per Fax
 - per SMS (Kurzfassung)
- ➔ Detaillierte Angaben pro Anruf
 - Kontaktdaten des Interessenten
 - Anliegen des Kunden
 - Angaben zum Fahrzeug
- ➔ Eventuell zusätzliche Angaben zum Anruf

AS24 AnrufManager

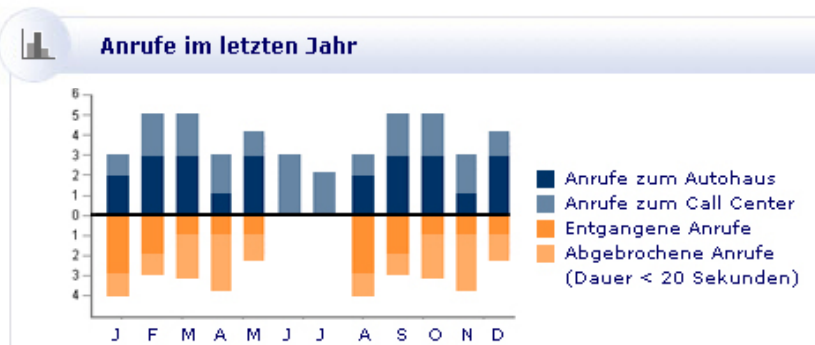
Wöchentliche Auswertungen/Statistiken



- ⊕ Sie können Ihr Anrufaufkommen der letzten Woche tagesgenau verfolgen
- ⊕ Kapazitätsengpässe lassen sich klar erkennen
- ⊕ Optimierungsmaßnahmen und Anpassungen können identifiziert und geplant werden



- ⊕ Sie können Ihre telefonische Nachfrage des letzten Monats verfolgen
- ⊕ Effekte von Marketingmaßnahmen, Preis-anpassungen, etc. lassen sich bewerten
- ⊕ Kurzfristige Trends sind zu erkennen



- ⊕ Ihre Telefonanrufe der letzten 12 Monate werden dargestellt
- ⊕ Auswirkungen längerfristiger Verkaufsmaßnahmen und übergreifender Veränderungen lassen sich überprüfen
- ⊕ Mittel- oder langfristige Trends lassen sich ableiten

Inhaltsverzeichnis

- (1) Bedeutung des Internets beim Autokauf
 - Nutzungsverhalten
 - Informationsverhalten beim Autokauf
 - Internet für den Automobilhandel
- (2) Der Online-Vermarktungsprozess
- (3) Leadmanagement
 - Einführung Leadmanagement
 - AS24 AnrufManager
 - Beispiel aus der Praxis
- ➡ (4) **Zusammenfassung**

Zusammenfassung

- ➔ Das erste Verkaufsgepräch findet online statt. Seien Sie präsent!
- ➔ Kunden sind besser informiert und erwarten eine schnelle Reaktion auf ihre Anfrage und deren Beantwortung.
- ➔ Eine optimale Gestaltung und Management der Kontakte ist für den Erfolg eines Autohauses entscheidend.
- ➔ Tools können die Abläufe und Prozesse unterstützen.
- ➔ Controlling ist auch beim Leadmanagement unerlässlich und hilft die Abläufe kontinuierlich zu optimieren.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

AUTO
SCOUT 24

Kontakt:

AutoScout24 GmbH
Rosenheimer Str. 143b
81671 München

Fon: +49 (0)89 450 990 60
Email: plorenzen@autoscout24.com
URL: www.autoscout24.de

