



22.10.2020

E-Mail-Leadmanagement im deutschen Automobilhandel 2020 - Benchmarkstudie zur Qualität im Handling von E-Mailanfragen

HINTERGRUND

- Immer mehr Kunden nutzen das Internetangebot der Hersteller und Händler, um durch konkrete Informationen über Händlerleistungen, Modelle und Preisangebote die persönliche Modell- und Händlerwahl zu unterstützen.
- Das Medium E-Mail besitzt im Verkaufsprozess daher eine große Bedeutung, denn die Qualität der Antwort ist ein erstes Auswahlkriterium, bei welchem Händler gekauft werden soll.
- Im Fokus dieser Studie stand die Messung der wichtigsten Prozesse und Standards im E-Mail Kundenkontakt. Es wurden die Dimensionen Reaktionszeiten, Einhaltung von Standards, Antwortqualität, Angebotserstellung und der Gesamteindruck überprüft.
- Die Ergebnisse der Studie vermitteln ein umfassendes Bild zum E-Mail Kundenkontakt im deutschen Automobilhandel.
- Die Untersuchung weist die Benchmarks im deutschen Automobilhandel aus und identifiziert die Marken, bei denen eine strategische Umsetzung der Thematik in den täglichen Verkaufsprozessen greifbar ist.

UNTERSUCHUNGSDESIGN

- Das Testdesign beinhaltet die Beurteilung folgender Dimensionen:
 - Antwortverhalten und Reaktionszeit
 - Formelle Standards
 - Antwortqualität
 - Angebotsverhalten
 - Gesamteindruck
- Die skalierte Bewertung erfolgte auf einer 5-stufigen Skala von "trifft voll zu" bis "trifft gar nicht zu". Die Ergebnisse wurden indiziert und auf einer Skala von 100% bis 0% ausgewiesen.
- Die Untersuchung wurde vor und nach dem Lockdown durchgeführt.
- Insgesamt sind 2.000 Tests in die Auswertung eingegangen.



ZUSAMMENFASSUNG

- Das Branchenergebnis zeigt im Vergleich der Daten vor und nach dem Lockdown, dass wenige Marken den Mehrwert eines professionellen E-Mail Kontakts erkannt haben.
- Zu den Gewinnern zählen die Marken Porsche und Land Rover. Die Marken zeigen über die getesteten Händler hinweg, ein insgesamt professionelles E-Mail-Management. Positiv hervorgehoben werden muss die hohe Quote von Probefahrtangeboten. Die Händler von Land Rover haben außerdem alle E-Mails beantwortet.
- Andere Marken fallen im Markenranking weit zurück und lassen damit wertvolle Vertriebschancen ungenutzt.
- Häufig erfassen die Verkäufer die Kundenwünsche in den E-Mails nicht umfassend, eine Probefahrt wird zu selten angeboten. Eine sorgfältigere und umfassendere Bearbeitung der Kundenmails würde den Anspruch an eine hohe Kundenorientierung stärker untermauern.

FAZIT

- Wenige Marken haben die Bedeutung, Kunden auf allen Kontaktwegen mit hoher Qualität zu begegnen, erkannt.
- Eine sorgfältigere Bearbeitung der Kundenmails würde diesen Anspruch noch stärker untermauern.

Kontakt:

concertare GmbH, Industriestraße 50, 51399 Burscheid, Tel. 02174 79080

www.concertare.de, E-Mail autostudie@concertare.de