



Pressemitteilung 30.10.2014 Benchmarkstudie „Der deutsche Automobilhandel 2014“

Wie erleben Kunden die generelle Performance der Händler beim Neuwagenverkauf? Wie unterschiedlich sind die Erlebnisse hinsichtlich Eindruck des Betriebes, Verkäuferverhalten, Gesprächsführung, Produktdemonstration, Abschlussorientierung und Nachverfolgung. Können die Verkaufsberater die Kunden für das Produkt begeistern? Wie gelingt es den Verkäufern, im Bereich Finanzdienstleistungen und Mobilitätsangebote Transparenz in den Leistungsumfängen zu geben? Welche Entwicklung gibt es im Vergleich zu den bereits durchgeführten Erhebungen seit 2005?

Diese und viele weitere Fragen, wie es um die Kundenorientierung im deutschen Automobilhandel steht, beantwortet eine große Studie von concertare. In den vergangenen Monaten besuchten ausgebildete Tester über 2.000 Autohäuser von 32 verschiedenen Marken. Alle Marken wurden mit 30-130 Tests überprüft.

Die zu testenden Kriterien wurden im Rahmen des Untersuchungsdesigns so weit standardisiert, dass die Ergebnisse der Testpersonen vergleichbar und objektiv sind. Die Ausgangssituation der Kunden wurde ebenfalls über die Vorgabe genauer Fahrzeugmodelle und Bedarfslagen standardisiert. Getestet wurden 32 Marken in Deutschland in den gängigen Segmenten wie beispielsweise Kleinwagen, Kompaktklasse, Mittelklasse, gehobene Mittelklasse und weiteren Segmenten.

Die Ergebnisse zeigen, dass in hohem Maße Chancen verpasst werden, aus interessierten Kunden, Käufer zu machen. Das müsste nicht sein, denn fehlende Bedarfsanalysen, Defizite in der Gesprächsführung oder unterlassene Nachverfolgung sind keine unvermeidlichen Übel, sondern mit der richtigen Systematik nachhaltig zu optimierende Punkte. Das Wichtigste ist die Professionalisierung der Verkaufsberater im Sinne eines konsequent kundenorientierten Verhaltens, welches die mit dem Autokauf verbundene Tragweite der Entscheidung für den Kunden wertschätzt.

concertare hat sich seit vielen Jahren auf das Thema Kundenbeziehungsmanagement spezialisiert und unterstützt Unternehmen, Kunden zu gewinnen und zu binden. Das Leistungsportfolio umfasst die Analyse, die Gestaltung von Verbesserungsmaßnahmen und die Betreuung in der Umsetzung. In der Analyse wird mit allen gängigen quantitativen und qualitativen Methoden gearbeitet, insbesondere jedoch mit Testkäufen. Ziel ist immer die Entwicklung maßgeschneiderter Lösungen zur Verbesserung der Qualität im Kundenkontakt und dem Aufbau dauerhafter und werthaltiger Kundenbeziehungen. Die Testkäufe werden mit einer eigens hierfür entwickelten Systematik durchgeführt, mit der auch große Testprojekte mit höchsten Qualitätsansprüchen effizient abgewickelt werden können.

concertare arbeitet branchenübergreifend mit Schwerpunkten im Bereich Automotive, Finanzdienstleistung, Handel und Telekommunikation.

Kontakt:

concertare GmbH, Industriestraße 50, 51399 Burscheid, Tel. 02174 79080
www.concertare.de, Email: autostudie@concertare.de