



Pressemitteilung 22.10.2020 Benchmarkstudie „Der deutsche Automobilhandel 2020“

Wie erleben Kunden den generellen Auftritt der Händler beim Neuwagenverkauf? Wie unterschiedlich sind die Erlebnisse hinsichtlich Eindruck des Autohauses, Verkäuferverhalten, Gesprächsführung, Produktdemonstration, Abschlussorientierung und Follow up? Können die Verkaufsberater die Kunden für das Produkt begeistern? Wie gelingt es den Verkäufern, die eigene Marke zu transportieren? Diese Fragen stehen im Fokus einer bundesweiten Studie, die mit 930 verdeckten Testberatungen einen umfassenden Status zur Qualität im Kundenkontakt im Automobilhandel liefert.

Die diesjährige Studie zeigt im Vorjahresvergleich deutliche Defizite. Diese werden in allen Bereichen der Customer Journey von der Begrüßung, Produktdemonstration, Produktberatung, Probefahrt bis zum Nachkontakt offenkundig. Die Gründe sind hier auf vielfältigen Ebenen zu suchen. Sicherlich spielt die neue Beratungsatmosphäre in der Corona Zeit eine Rolle, kann aber die von vielen Testern als kurzatmig und wenig detailliert beschriebene Beratung nicht umfassend erklären. Der Rückgang von branchenweit 12 Prozent von 63 auf 51 Prozent im Gesamtergebnis bleibt daher erstaunlich und zeigt deutlich auf, dass die Branche sich stärker an neue Realitäten anpassen muss, um Informationen und Begeisterung für das eigene Produkt zu transportieren.

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. Darüber hinaus wurden alle Tester für die besonderen Bedingungen hinsichtlich getroffener Coronamaßnahmen sensibilisiert. Durch Coronamaßnahmen betroffene Kriterien wurden aus der Bewertung genommen. Getestet wurden 30 Marken in Deutschland in den gängigen Segmenten wie beispielsweise Kleinwagen, Kompaktklasse, Mittelklasse, gehobene Mittelklasse und weiteren Segmenten.

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