



Pressemitteilung 23.07.2015

Benchmarkstudie „Der deutsche Gebrauchtwagenhandel 2015“

Der deutsche Gebrauchtwagenhandel setzt seit Jahren durch zielgerichtete Gebrauchtwagenverkaufsprogramme und vielschichtige Vermarktungskonzepte auf eine weitere Professionalisierung. Inwiefern diesen Bemühungen um den Kunden und die Maßnahmen zur Steigerung des Abverkaufs im Autohaus Rechnung getragen wird, wurde in einer großen Gebrauchtwagenstudie untersucht.

Wie erleben Kunden die generelle Performance der Händler beim Gebrauchtwagenkauf? Wie unterschiedlich sind die Erlebnisse hinsichtlich Eindruck des Betriebes, Verkäuferverhalten, Gesprächsführung, Produktdemonstration? Wie gelingt es den Verkäufern im Bereich Finanzdienstleistungen, Serviceversprechen oder Garantieverprechen Transparenz in den Leistungsumfängen zu geben?

Diese und viele weitere Fragen, wie es um die Kundenorientierung im deutschen Gebrauchtwagenhandel steht, beantwortet eine große Studie von concertare. In den vergangenen Monaten besuchten ausgebildete Tester 750 Autohäuser von 21 verschiedenen Marken. Alle Marken wurden mit 20-50 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 21 Marken in Deutschland in den gängigen Segmenten wie beispielsweise Kleinwagen, Kompaktklasse, Mittelklasse, gehobene Mittelklasse und weiteren Segmenten.

Die Ergebnisse der Studie zeigen, dass die Marken diesjährig mit nur leichten Leistungsunterschieden dicht im Markenranking zusammen liegen. Es gelingt keiner Marke, sich vom Wettbewerb deutlich abzuheben und damit in allen gemessenen Leistungsdimensionen zu überzeugen. Die Vorjahresletztgenannten können teilweise deutlich zulegen. Dennoch weist die Abwicklung des Verkaufsgesprächs Defizitfelder im Bereich Empfang Autohaus, Bedarfsanalyse, Beratungsqualität, Argumentation, Preisverhandlung, Finanzdienstleistung, Abschlussorientierung, Probefahrt und Follow Up auf.

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, E-Mail autostudie@concertare.de

concertare Beratungs- und Dienstleistungsgesellschaft

mbH

Industriestraße 50, D-51399 Burscheid
Geschäftsführer: Harald Becker, Rabab Charara
Handelsregister Köln HRB 49428
USt-ID: DE 196 086 870

Service-Nummer 0180 5 266

237

Tel. 02174 7908 0
Fax 02174 7908 19
Internet: www.concertare.de
E-Mail: info@concertare.de

Bankverbindung

Deutsche Bank AG
IBAN: DE91 3757 0024 0710 2239 00;
BIC: DEUT DE 375