



## Pressemitteilung 19.09.2013 Benchmarkstudie „Der deutsche Automobilhandel 2013“

---

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 34 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 34 Marken in Deutschland in den gängigen Segmenten wie beispielsweise Kleinwagen, Kompaktklasse, Mittelklasse, gehobene Mittelklasse und weiteren Segmenten.

Die Ergebnisse zeigen, dass bei einer reinen Ausrichtung auf kundenrelevante Kriterien viele Marken identifiziert werden, die Optimierungspotentiale im Aufbau von profitablen Kundenbeziehungen haben. Als Defizitfelder lassen sich die Bedarfsanalyse, Produktdemonstration, Probefahrtangebot und der Nachkontakt ausmachen. Welchen Marken am besten gelingt, zielgerichtet verkaufsfördernde Verhaltensmuster ihrer Verkäufer zu entwickeln, wird im Rahmen dieser Studie deutlich.

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](http://www.concertare.de), Email [autostudie@concertare.de](mailto:autostudie@concertare.de)