



Bild: Bärbel Taubitz / pixelio.de

Autohandel und -service in der digitalen Revolution

Wettbewerbsvorteile in der Digitalisierungswelt sichern

Dr. Jörg v. Steinaecker

AUTOHAUS-Perspektiven 2016

27. Januar – 26. Februar 2016

Agenda



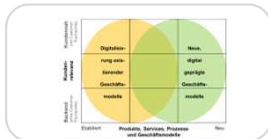
Die Digitalisierung unserer Branche

Kunden, Hersteller, Wettbewerber



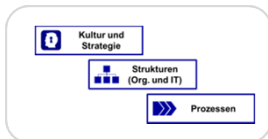
So begegnen Sie dem digitalen Wandel erfolgreich

Chancen, Handlungsfelder, Strategie, digital. Transformationsmanagement



Beispiele für konkrete Handlungsfelder

So managen Sie Internetbewertungen richtig, weitere Beispiele



Personelle Voraussetzungen im digitalen Transformationsmanagement

Voraussetzungen für ein erfolgreiches Autohaus, der „ideale“ Verkäufer ...



Zusammenfassung



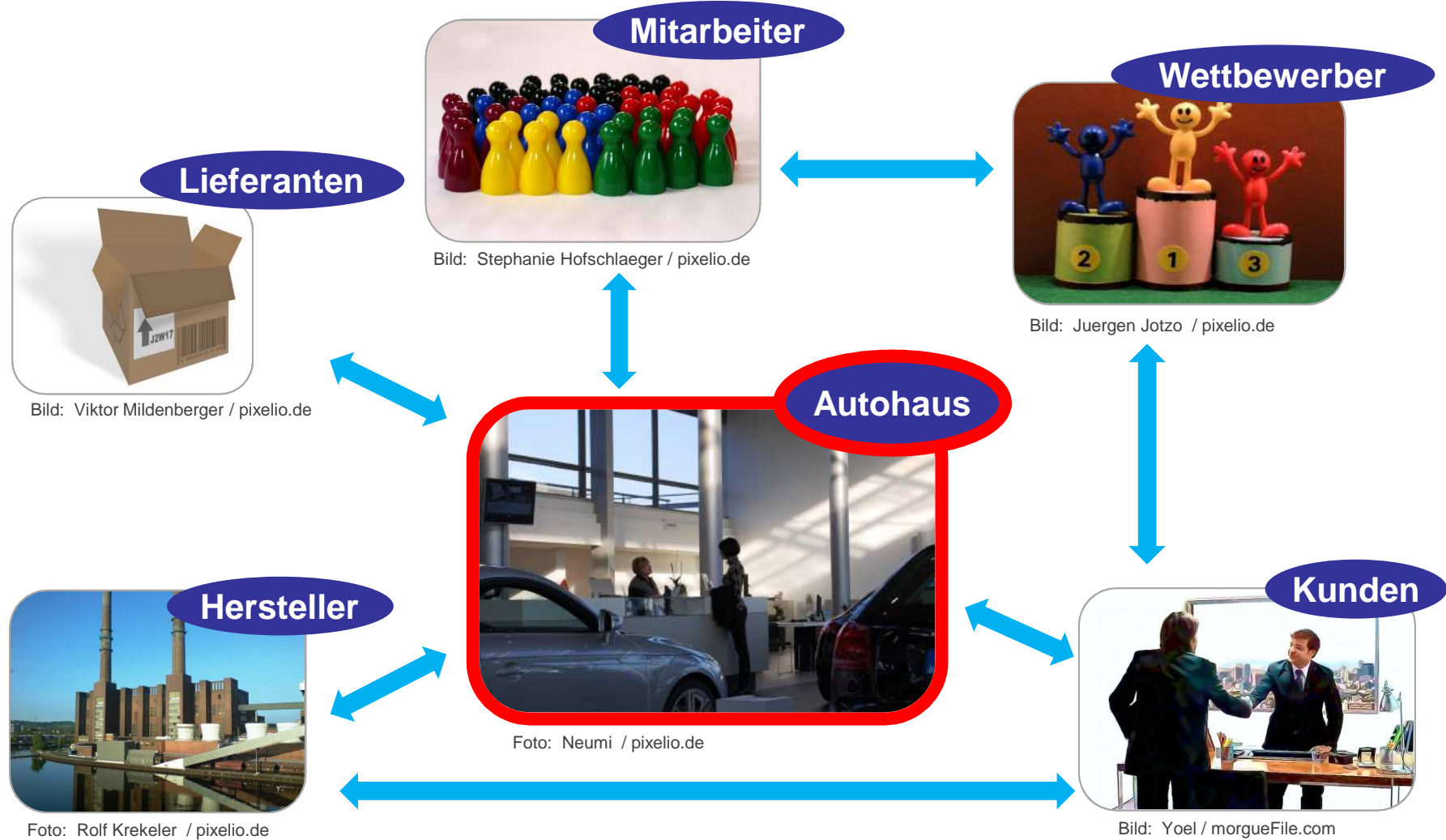


Bild: Bärbel Taubitz / pixelio.de

Die Digitalisierung unserer Branche

- Kunden
- Hersteller
- Wettbewerber

Die Digitalisierung verändert das Verhalten der wichtigsten Marktakteure



Die „Digitalisierung“ der Kunden am Beispiel der Papstwahl



Quelle: Internet



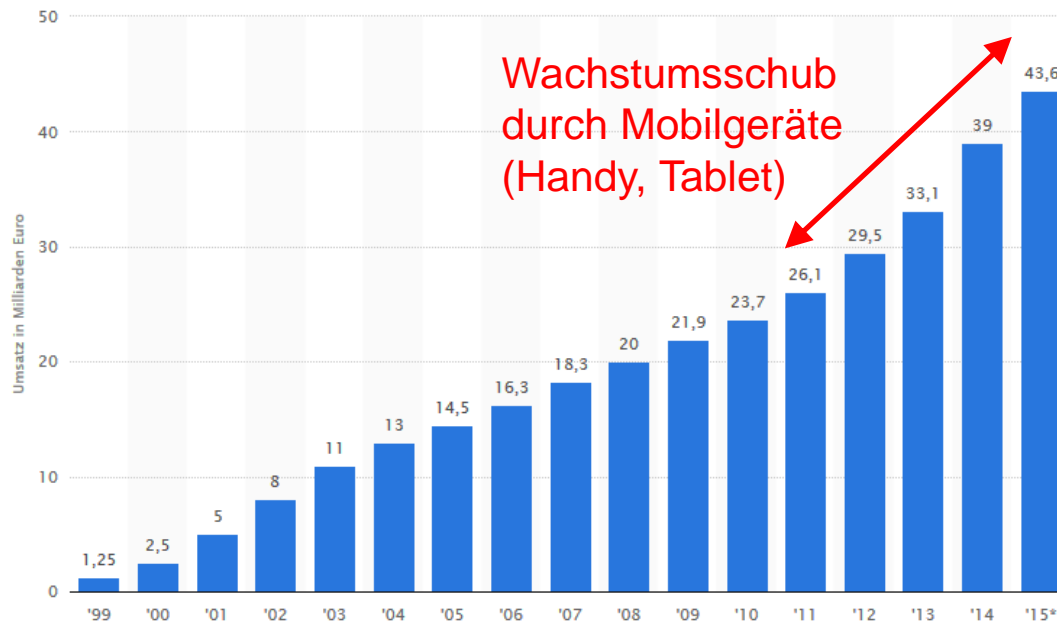
Kunden sind digital mobil und online ... und dort erreichbar!



Kunden kaufen online!

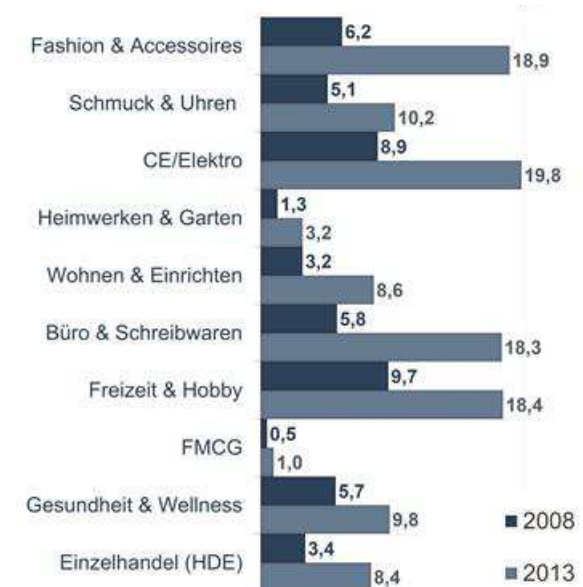
B2C-E-Commerce-Umsatz in Deutschland 1999 bis 2014 und Prognose für 2015

(Quelle: Statista.com, abgerufen am 17.2.15)



Anteil Online-Handel am Umsatz einzelner Sortimentsbereiche [%]

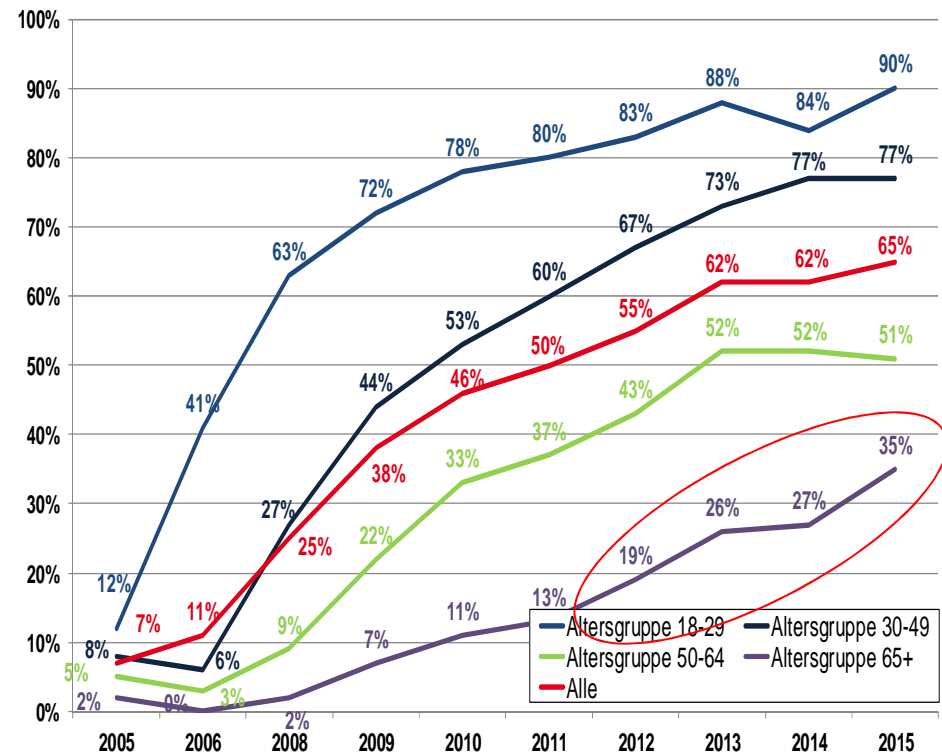
(Quelle: Institut für Handelsforschung (IFH) Köln, Branchenreport Online-Handel 2014)



Auf Kundenseite gibt es keinen Grund, in Zukunft Fahrzeuge und Serviceleistungen nicht in signifikanten Mengen online zu kaufen!

Kunden sind „sozial“ vernetzt

- In Deutschland sind 26 Mio Menschen auf Facebook.
- Die größten Wachstumsraten auf sozialen Netzwerken hat die ältere Generation.
- Bewertungen von „Freunden“ im Internet spielen eine wichtige Rolle bei der Präferenzbildung der Kunden.



Anteil der Nutzer sozialer Medien an der Bevölkerung
(Quelle: <http://www.pewinternet.org>)

Markenbildung, Kundenbindung und Präferenzbildung für Händler und Werkstatt finden heute auf Sozialen Medien statt!

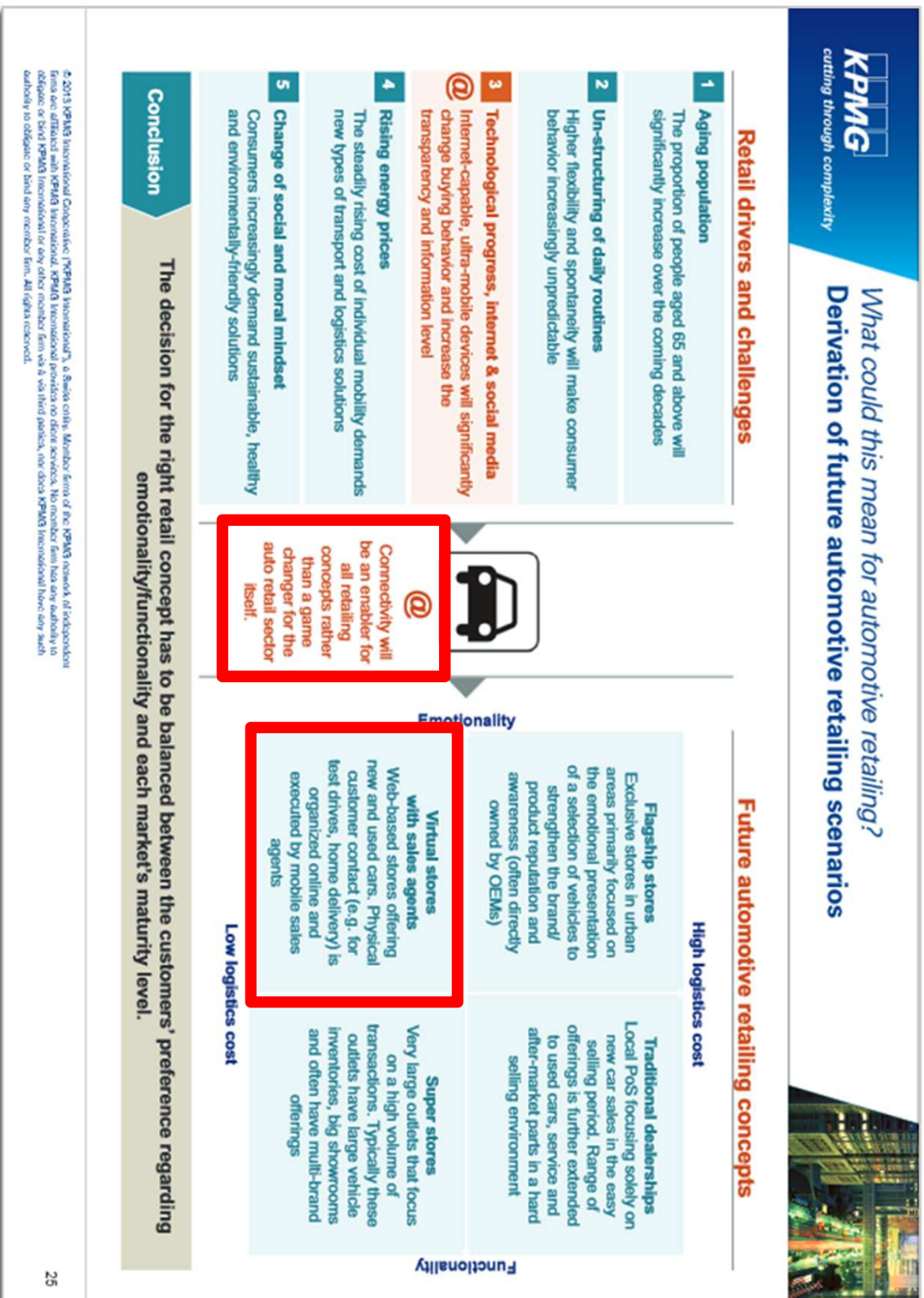
(Digitale) Kundengewohnheiten beim Autokauf

- **50%** der Kunden würden ein Auto online kaufen.¹⁾
- **28%** würden heute Kundendienst- oder Serviceaufträge online buchen (2013: 18%)
- Früher waren Kunden im Durchschnitt 5 mal im Autohaus, bevor sie ein Auto kauften, heute nur noch 1,8 mal.¹⁾
- **9%** der Kunden nutzen Neuwagenportale und **26%** Gebrauchtwagenportale als Informationsort und Kaufquelle ²⁾

Kunden sind virtuell kaufwillig und kaufen bereits heute online!

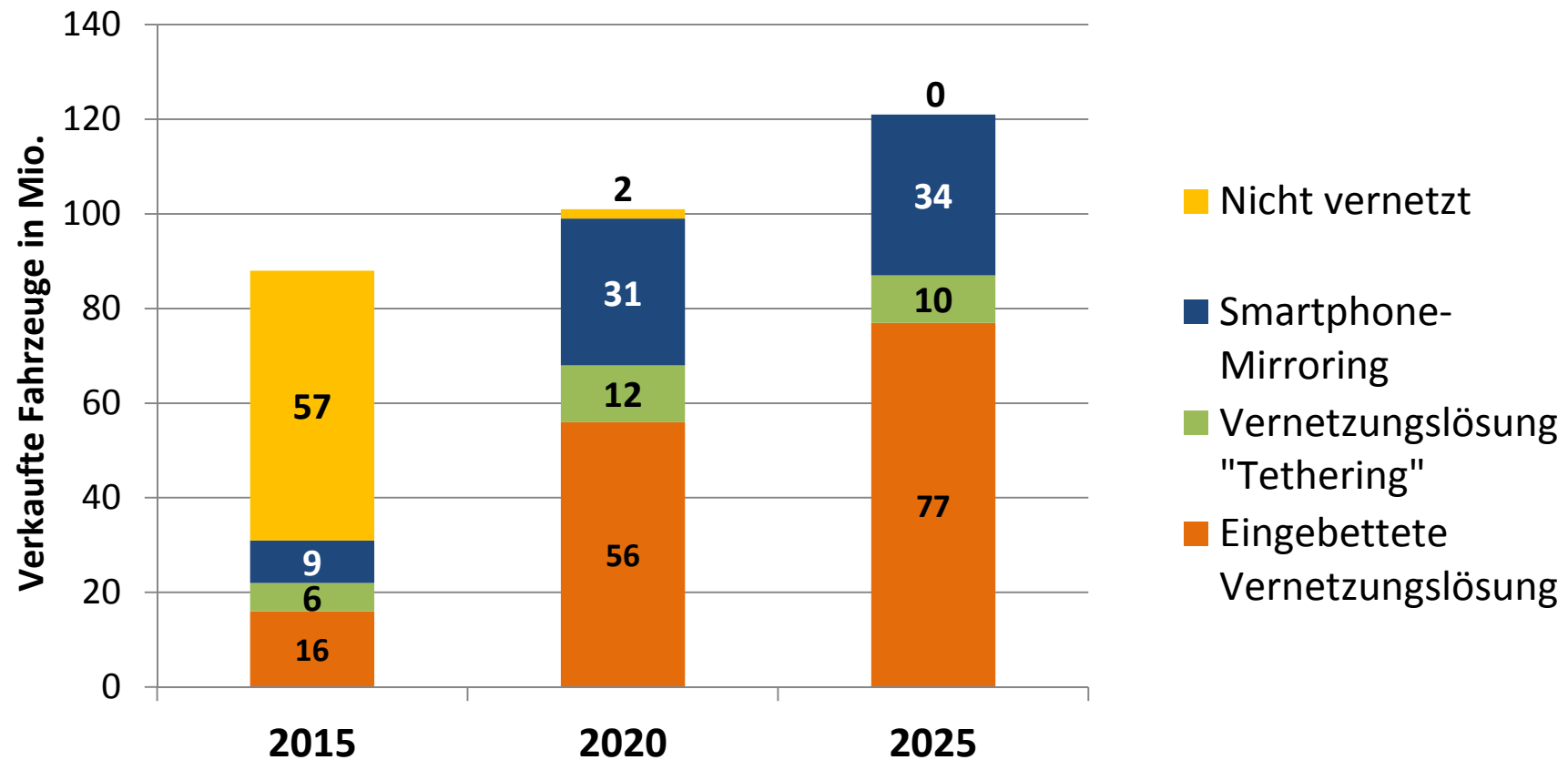
Hersteller auf dem Weg in das digitale Zeitalter

(Quelle: KPMG, Global Automotive Retail Study, Teil 2, 2013, Seite 25)



Hersteller:

Connected Car - Anteil vernetzter Fahrzeuge



In 10 Jahren ist jeder (!) Neuwagen vernetzt!

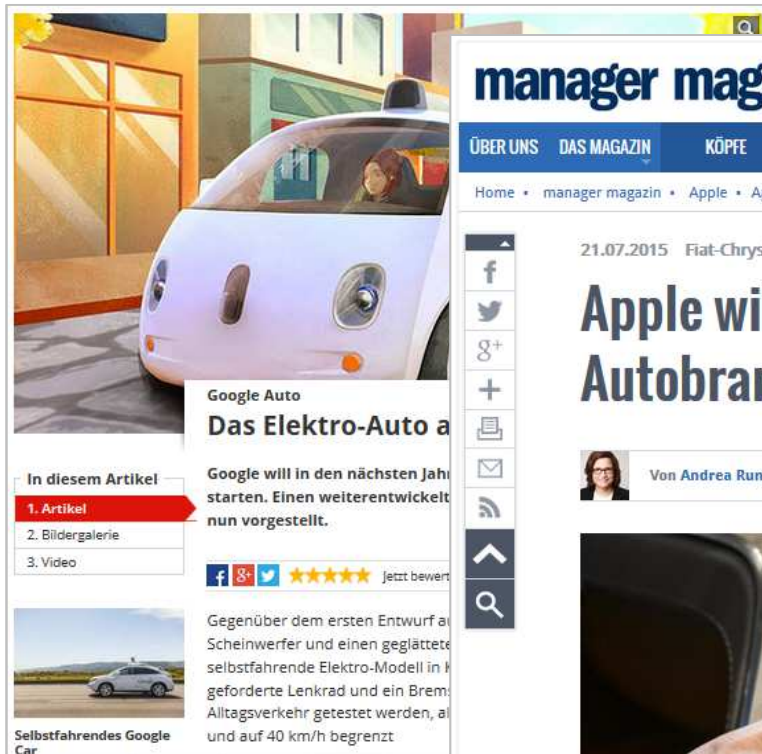
Hersteller: Beispiele für Virtual Stores

- Smart verkaufte 2014 in den ersten 3 Minuten seines chinesischen Online-Stores 388 Autos und steigt nun in Italien ein.
- Hyundai verkaufte im Aktionszeitraum einen i10 pro Tag online.
- Ab 2017 ist jeder Volvo über das Internet bestellbar.
- In Italien wird der Aygo für 12.000€ über Amazon verkauft



Jeder Hersteller wird seine Fahrzeuge (auch) online verkaufen!

Neue Hersteller aus der digitalen Welt betreten den Markt



(Quelle: Auto-Motor-Sport, 13.12.2014)



(Quelle: Manager Magazin Juli 2015)

Tesla gibt seine Patente frei

„Alle unsere Patente gehören euch“: Um dem Elektroauto zum Durchbruch zu verhelfen, geht der amerikanische Hersteller Tesla einen ungewöhnlichen Weg – und gibt seine Patente für die Konkurrenz frei.

13.06.2014



Tesla will die Verbreitung der Elektroautotechnologie erleichtern.

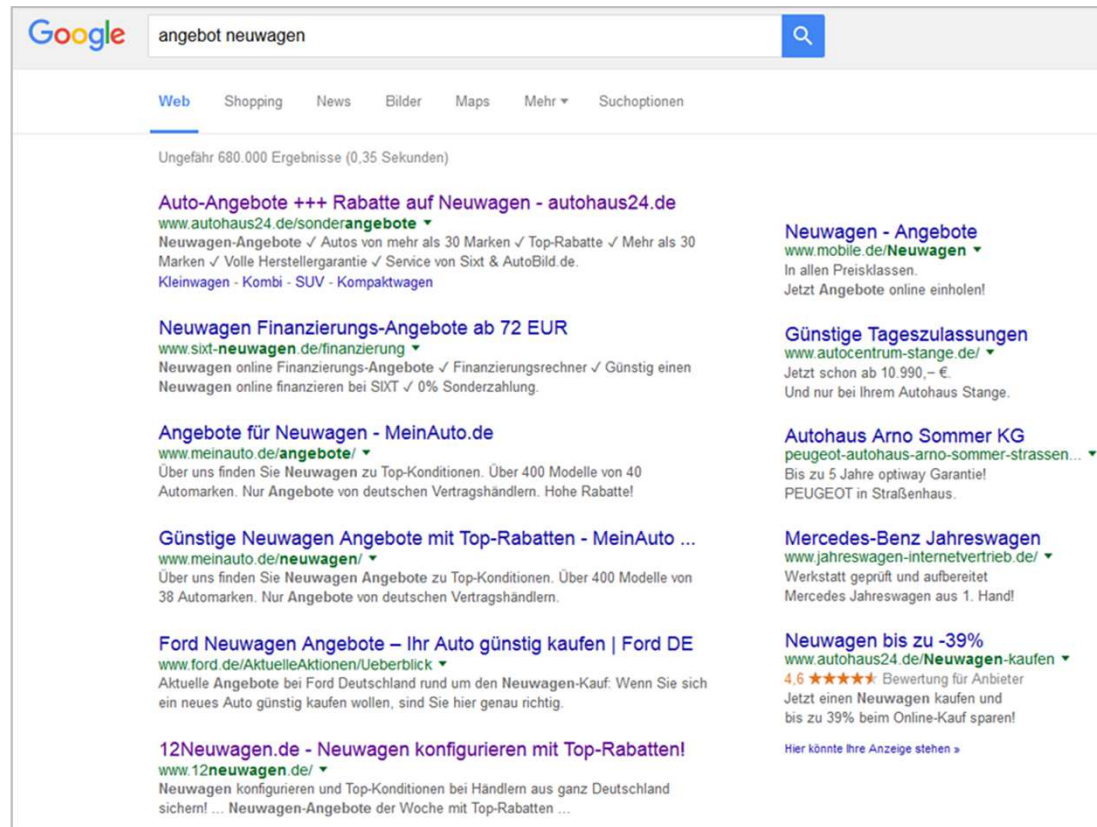
Der Elektroautohersteller Tesla hat in einem ungewöhnlichen Schritt sämtliche Patente für die Öffentlichkeit freigegeben, um die Verbreitung seiner Technologie zu fördern. „Alle unsere Patente gehören Euch“, schrieb der Tesla-Chef Elon Musk am Donnerstag in einem **Blog-Eintrag**. Die Firma habe

(Quelle: FAZ, 13.6.2014)

Neue Hersteller dringen mit sehr viel Kapital und einem z.T. revolutionären Produktverständnis in den Markt ein!

NW-Vertrieb über das Internet: Wettbewerber sind längst online

- 1 www.12neuwagen.de
- 2 www.apl.de
- 3 www.autohaus24.de
- 4 www.carneoo.de
- 5 www.carsagentur24.de
- 6 www.carworld-24.de
- 7 www.intercar-24.de
- 8 www.meinauto.de
- 9 www.mobile.de
- 10 www.netcar.de
- 11 www.neuwagen24.de
- 12 www.newcar24.de
- 13 www.pro-neuwagen.de
- 14 www.sixt-neuwagen.de
- 15 ...



**2013 wurden 40.000 Autos über das Internet verkauft (2012: 25.000),
Schätzungen gehen für 2015 von 65.000 aus (=> 2,2% Marktanteil).**

Wieviel Rabatt auf welcher Plattform?

Testergebnis von 9 Onlineplattformen für die 10 meistverkauftesten Fahrzeugmodelle durch das Online-Verbrauchermagazin Finanztest im März 2015

Die Anbieter mit den günstigsten Preisen

Internetportal	durchschnittlicher Rabatt
----------------	---------------------------

carneoo.de	16,7 %
------------	--------

apl.de	16,5 %
--------	--------

meinauto.de	16,4 %
-------------	--------

12neuwagen.de ¹	16,3 %
----------------------------	--------

rabatt-auto.de	15,9 %
----------------	--------

intercar-24.de	15,4 %
----------------	--------

autohaus24.de	15,1 %
---------------	--------

netcar.de	14,6 %
-----------	--------

¹12neuwagen.de ist eine Einbindung von meinauto.de mit leicht variierten Preisen.

Quelle: eigene Recherche (Stand: 31. März 2015)

Die höchsten Rabatte auf die getesteten Modelle

Modell	max. Rabatt ¹
--------	--------------------------

VW Golf	23,0 %
---------	--------

VW Touran	14,7 %
-----------	--------

Smart fortwo	11,2 %
--------------	--------

Opel Mokka	22,3 %
------------	--------

Skoda Octavia Combi	19,6 %
---------------------	--------

Mercedes C180 (Limousine)	9 %
---------------------------	-----

BMW 316i (Limousine)	15,8 %
----------------------	--------

Audi A4 (Limousine)	15,7 %
---------------------	--------

Ford Focus (Fünftürer)	24,3 %
------------------------	--------

Mini Cooper (Dreitürer)	13,7 %
-------------------------	--------

¹ Rabatt berechnet auf den Listenpreis ohne Überführungskosten.

Quelle: eigene Recherche (Stand: 31. März 2015)

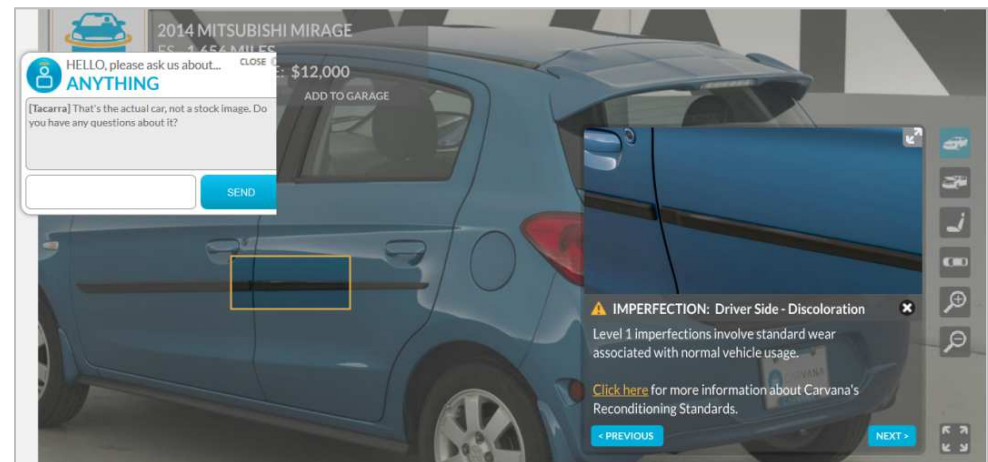
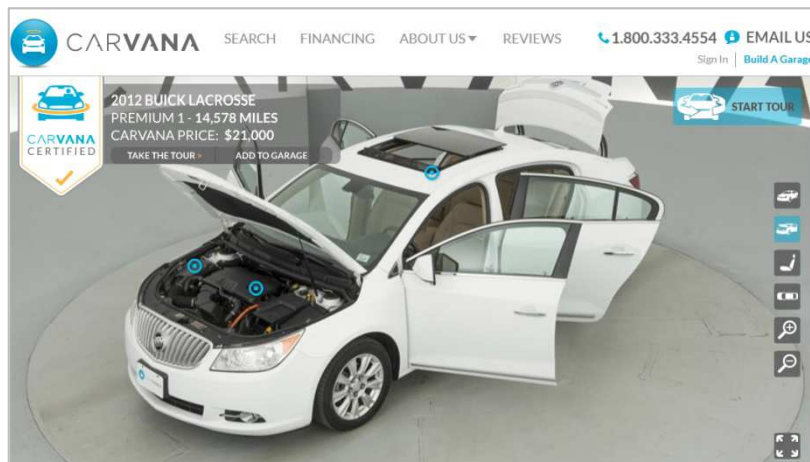
Quelle: <http://www.finanztip.de/neuwagen-kaufen/>



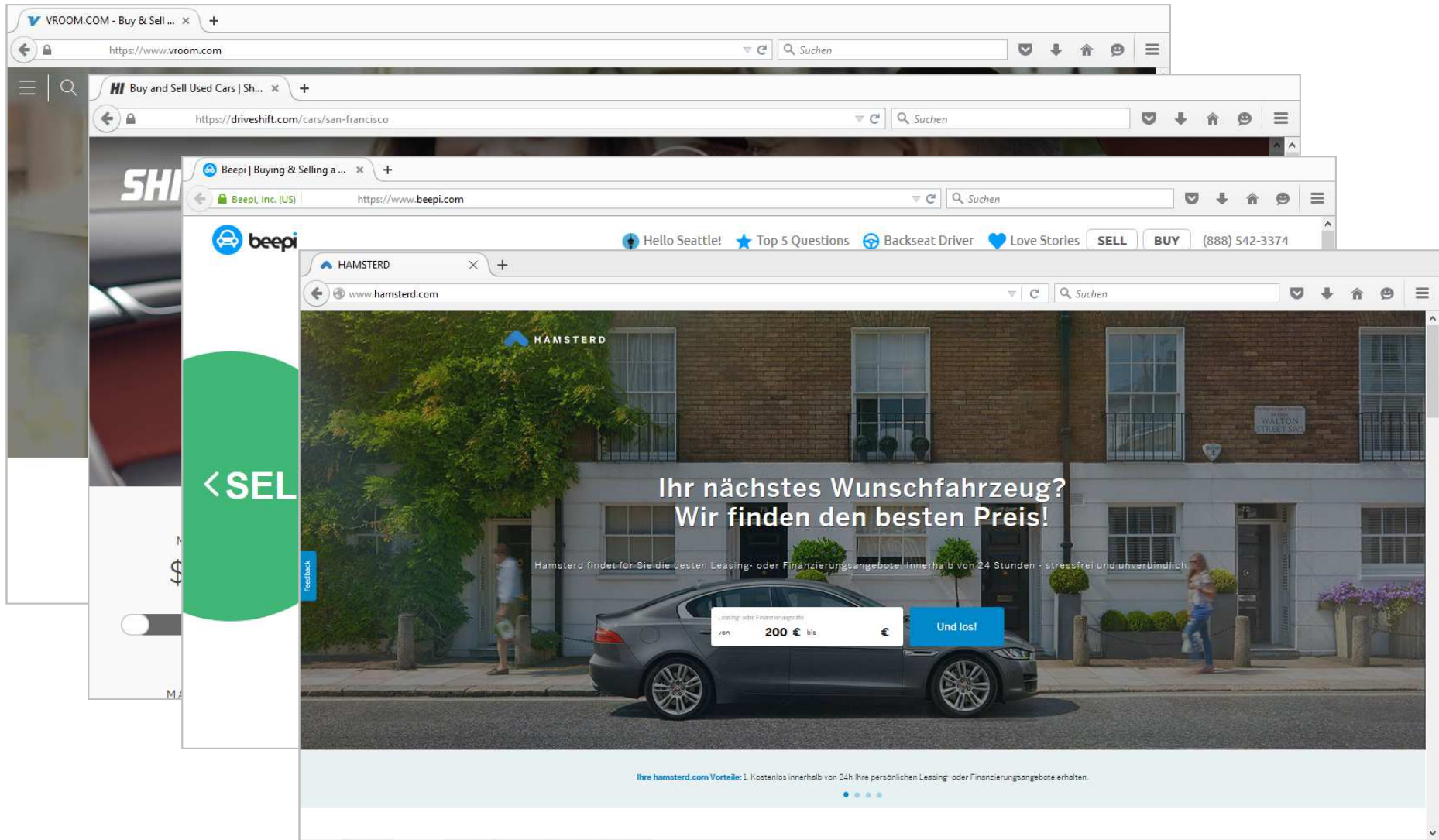
Wettbewerber als Regel-Brecher („Disruptoren“): GW-Vertrieb über Internet

www.carvana.com

- Perfekte GW-Präsentation im Internet, inkl. Schäden
- Beratung ausschließlich online oder telefonisch
- Lieferung nach Hause oder Abholung im „Garagenautomaten“
- 7 Tage Probefahrt bzw. kostenlose Rückgabegarantie
- Wirbt mit Einsparung von 2.000\$ „Händlerkosten“



Und davon gibt es viele ... NW-/GW-Vertrieb über Internet



Fahrzeugankauf über das Internet

The screenshot shows the homepage of **wirkaufendeinauto.de**. The header includes the company logo, a toll-free hotline (0800 999 444 0), and logos for TÜV SAARLAND and a 'Geprüftes Verfahren' (Certified Process). A banner on the right lists 'Unsere großen Standorte' (Our great locations) in Berlin, Hamburg, Frankfurt, Leipzig, München, and Köln, and mentions 'Bekannt aus dem TV: N24, DMAX'. The main content area features a 'Kostenlose Online-Bewertung Ihres Autos - ohne Anmeldung.' (Free online evaluation of your car - no registration) form with dropdown menus for 'Marke' (Brand), 'Modell' (Model), and 'Erstzulassung' (First registration), and a 'Jetzt KOSTENLOS bewerten' (Evaluate now for free) button. Below the form, text describes the service as a reliable partner for selling cars. On the right, a customer review shows a 4.9/5 rating and a testimonial about a quick sale.

wirkaufendeinauto
JEDE MARKE, JEDES ALTER, JEDER ZUSTAND.

Kostenlose Service-Hotline
0800 999 444 0

TÜV SAARLAND Geprüftes Verfahren

Unsere großen Standorte
Berlin - Hamburg - Frankfurt - Leipzig - München - Köln
Bekannt aus dem TV: **N24 DMAX**

Kostenlose Online-Bewertung Ihres Autos - ohne Anmeldung.

Marke:

Modell:

Erstzulassung:

Jetzt KOSTENLOS bewerten

Ihr zuverlässiger Partner beim Auto verkaufen: Wirkaufendeinauto.de

Wirkaufendeinauto.de bietet Ihnen bundesweit eine neue, sichere & komfortable Möglichkeit, wenn Sie Ihr Auto verkaufen möchten. Nutzen Sie unabhängig von Marke & Modell unsere kostenlose Wertermittlung und lassen Sie den besten Gebrauchtwagen Preis ermitteln. Profitieren Sie von der professionellen Autobewertung und dem seriösen und schnellen Autoankauf von Wirkaufendeinauto.de - die passende Alternative zu zeitaufwendigen und

Erfahrungen unserer Kunden

Kundenbewertung **4.9 / 5**

Ich kam auf persönliche Empfehlung nach Karlsruhe. Abmeldung sofort. Verkauf Fr.

(Quelle: Internet)

**wirkaufendeinauto.de kauft 150.000 GW's pro Jahr (2,1% Marktanteil) an.
Diese Kundenkontakte fehlen dem Handel folglich bereits heute!**

Zusammenfassung

Die Digitalisierung verändert die Marktverhältnisse radikal:



Hersteller verlieren als „Krone der Schöpfung“ an Gewicht und werden u.U. Zulieferer für die „Datenkönige“ Google & Co.
=> Gewinnen wird der, der sein Produkt als Plattform mit Kundenzugang versteht, also als offenes Ökosystem und nicht nur als Hardware.



Wettbewerber: massives Störfeuer von digitalen „Regelbrechern“, die in etablierte Kundenbeziehungen einbrechen. Klassische Wettbewerber sind längst digital unterwegs.



Kunden werden zunehmend jedes digitale Informations- und Kaufangebot nutzen, da diese i.d.R. als bequemer empfunden werden.

Übrigens: In anderen Branchen sind diese Veränderungen bisher immer schneller abgelaufen als anfänglich prognostiziert.



Zusammenfassung

Das Schreckgespenst für den Automobilhandel



- **90%** der Hotels nehmen Online-Buchungen entgegen.
(Helge Sobig, „Hotelportale versus Hotels: Die Bestpreisversprecher“ auf Spiegel-Online, 2014)
- **37%** der Urlaubsreisen werden online gebucht.
(Verband Internet Reisevertrieb e.V. (VIR), 2014, S. 36)
- **67%** der Gäste buchen Hotelübernachtungen online.
(Statista Onlinebuchung, 2015)

„Das darf uns nicht passieren“

(Senger, A. auf dem AUTOHAUS-Branchenkompass 2015, 10.11.2015, Mainz)



So begegnen Sie dem digitalen Wandel erfolgreich

- Chancen
- Handlungsfelder
- Entwicklung einer Digitalstrategie
- Digitales Transformationsmanagement

Das Autohaus ist aber keinesfalls chancenlos! Die 6 Chancen, auf die Sie setzen sollten

Digitale Plattformen einsetzen



Fokus auf physische Kundenkontakte

Teilkaufprozesse	Digitalisierbarkeit
Informationssuche	Ja, vollständig möglich
Beratung	Ja, vollständig möglich
Präferenzbildung von Marke und Modell	Ja, vollständig möglich
Probefahrt	Keine physische Präsentation möglich
Inzahlungnahme des Vorwagens	Teilweise, Bewertung nur anhand von Fahrzeugdaten
Preisverhandlung	Ja, vollständig möglich
Kaufabschluss, inklusive Finanzierung	Ja, vollständig möglich
Bezahlung	Ja, vollständig möglich
Fahrzeugübergabe	Nein
Betreuung	Ja, durch personalisierte Website

Quelle: - Hannes Bracht, Autohaus Sommerakademie 2014

Regionalität ausspielen



Inerte Geschäftsfelder betonen



Kooperation mit Plattformen und Share-Economy

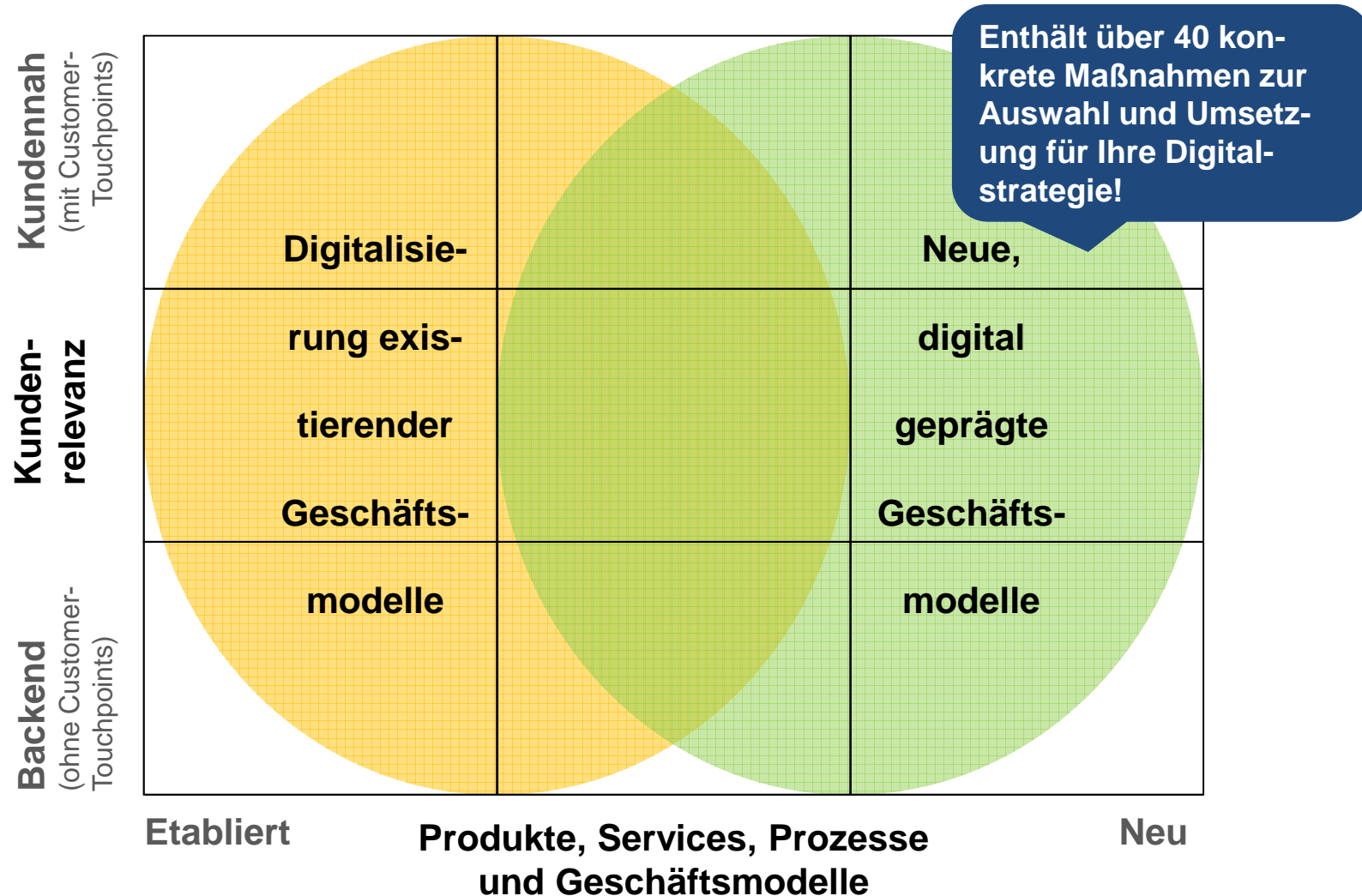


Technologie-Lösungen erschließen



Um diese Chancen systematisch zu nutzen braucht das Autohaus eine eigene Digitalstrategie!

Konkrete Handlungsfelder zur Umsetzung der Digitalstrategie im Autohaus (Beispiele)



Digitales Transformationsmanagement ...

Digitales Transformationsmanagement ist die Kunst, die digitale Welle mit dem eigenen Unternehmen erfolgreich zu reiten.

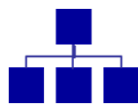
Voraussetzungen:

- ➔ Verständnis der Digitalisierung als Chance und nicht als Bedrohung.
- ➔ Schnelles Erkennen von sich verändernden Kunden und digitalen Chancen.
- ➔ Ständige Experimentier- und Veränderungsbereitschaft sowie –fähigkeit.

Konsequente Umsetzung in:



**Kultur und
Strategie**



**Strukturen
(Org. und IT)**



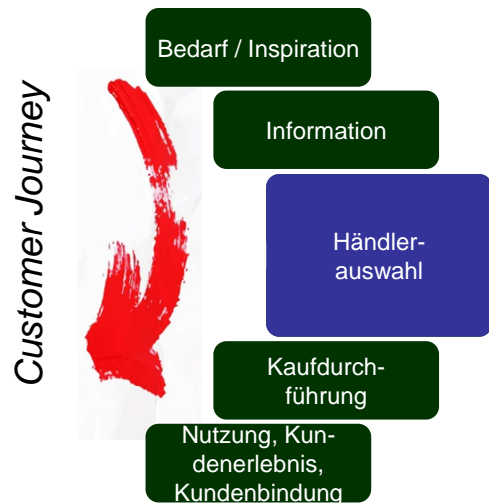
Prozessen

- ➔ Personelle Voraussetzungen schaffen (siehe Teil 3)



So entsteht Ihre Digitalstrategie: Beispiel Leadgenerierung mit Customer Journey

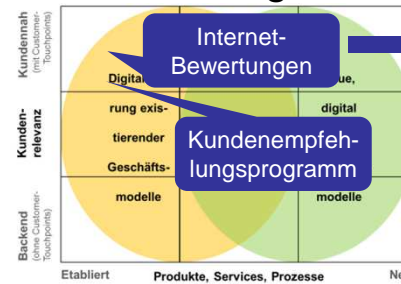
1 Warum: Welches Problem soll gelöst werden?



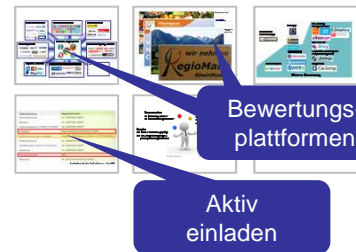
2 Wie: Analyse von Fragen aus Kundensicht:

- Wie trifft der Kunde eine Händlerauswahl?
- Wo informiert er sich über mich?
- Kennt er mich überhaupt?
- Werden wir empfohlen?
- ...

3 Womit: Welche konkreten Handlungsfelder bieten Lösungen?



4 Worauf: Auf welchen meiner Chancen kann das Handlungsfeld optimal aufsetzen?



5 Wovon: Transformationsmanagement

- Budget
- Personal
 - Einführung
 - Betrieb
- IT

Ergebnis: Strategie

Wer	Macht was	Bis wann	Womit
MA1	G-Alerts	1.5.	Google
MA1	Karten/ Tischaufsteller	1.7.	Off-Line
MA2	Profil einrichten	1.6.	Autoaid
...

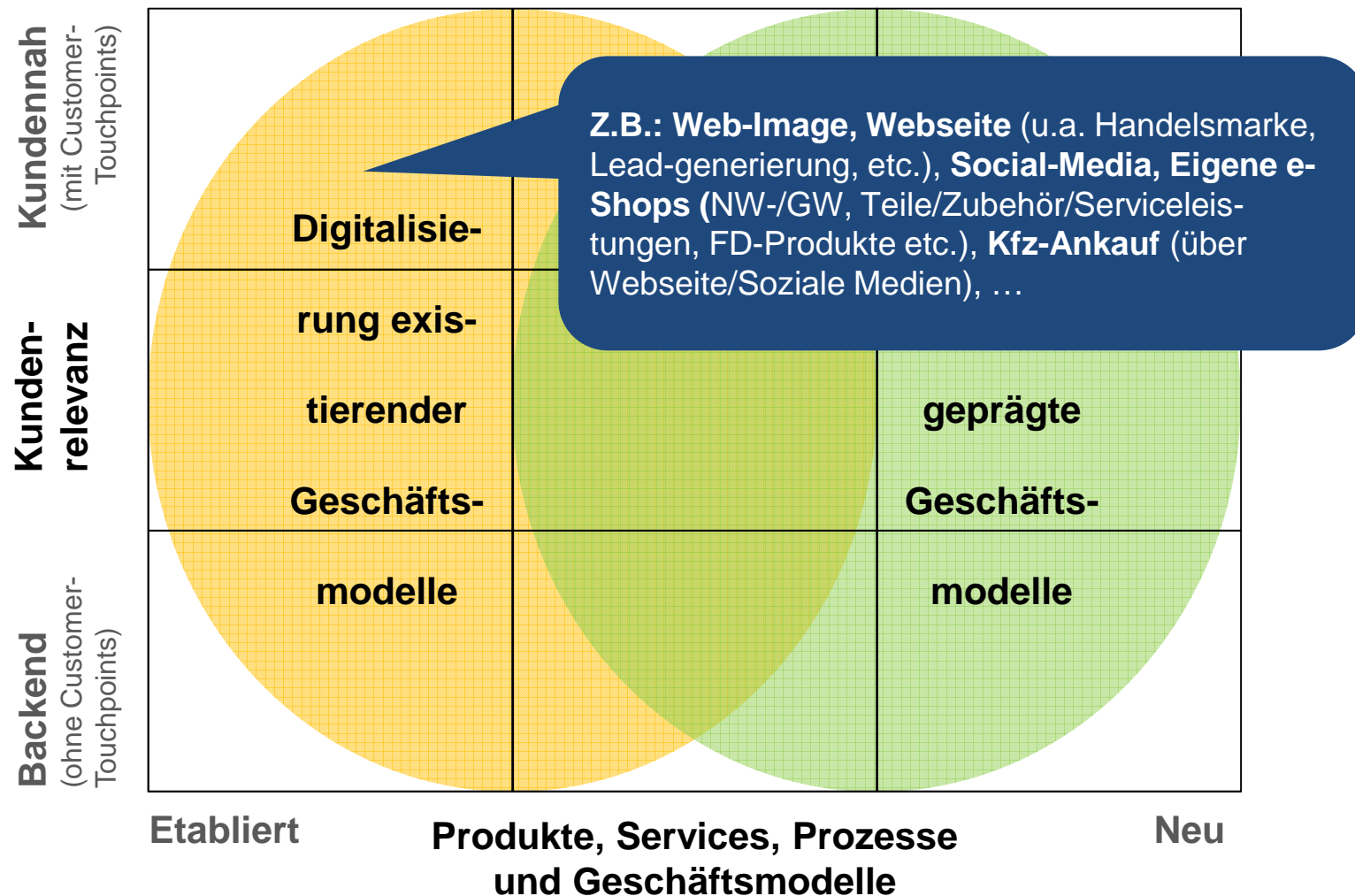


Bild: Bärbel Taubitz / pixelio.de

Beispiele für konkrete Handlungsfelder

- Bewertungen richtig managen
- Weitere Beispiele

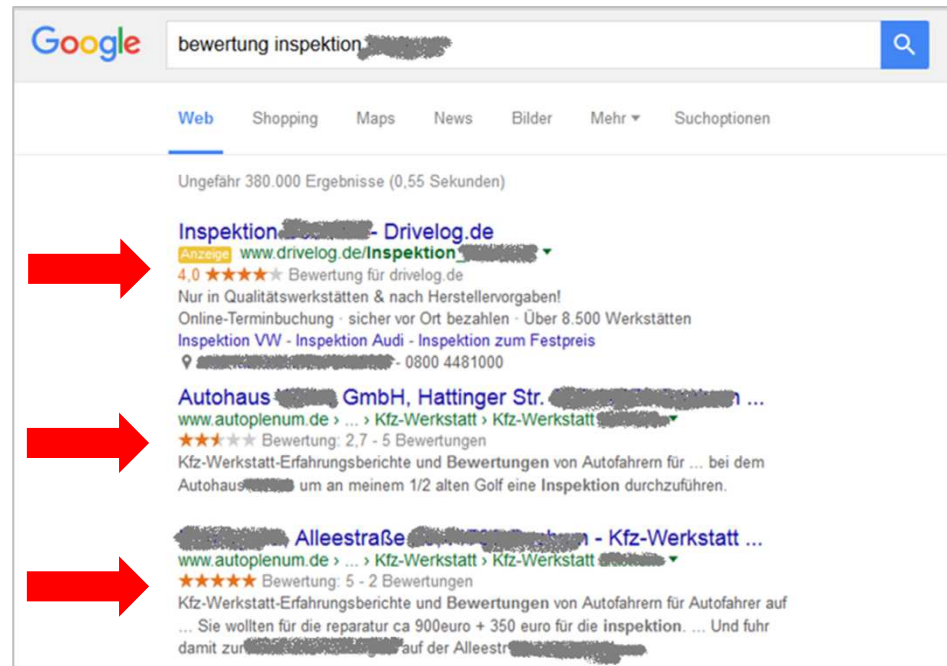
Konkrete Handlungsfelder zur Umsetzung der Digitalstrategie im Autohaus (Beispiele)



Sie werden bereits heute im Internet bewertet!

Die Händler- und Werkstattauswahl der Kunden beginnt fast immer bei **Google**.

- Dort ist Ihr Unternehmen i.d.R. bereits heute schon bewertet.
- Hinzu kommen Bewertungen auf diversen Plattformen, von denen Sie oft nichts wissen.
- Dies passiert auch, wenn Sie nicht auf sozialen Medien aktiv sind!








Fazit: Ein unkontrolliertes Autohaus-Image ist geschäftsschädigend, weil dadurch ein Kundenkontakt u.U. gar nicht erst zustande kommt.

(Digitale) Kundengewohnheiten beim Autokauf

- Händlerbewertungen auf sozialen Medien sind für **39%** der 18-29-jährigen und sogar **23%** der über-50-jährigen kaufentscheidend. ¹⁾
- **83%** der Kunden nutzen soziale Medien bei der Recherche vor dem Autokauf (**91%** der 18-34-Jährigen). Im Zentrum steht die Meinung anderer Verbraucher. ²⁾
- **64%** der Konsumenten vertrauen Online-Konsumentenempfehlungen (2. Platz nach persönlichen Empfehlungen von Bekannten). ³⁾
- **59%** der Befragten sind bei positiven Social-Media-Bewertungen eher zum Kauf bereit. ²⁾

**Bei der Präferenzbildung für ein Autohaus kommt
Social-Media sogar vor Web-Seite!**

Menschen lieben es, Bewertungen abzugeben: Beispiele aus anderen Branchen

Plattform		Bewertungs- gegenstand	Anzahl Bewertungen
	Kununu.de	Arbeitgeber	1 Mio
	Jameda.de	Ärzte	1,3 Mio
	Meinprof.de	Professoren	443.000
	Holidaycheck.de	Hotels	> 10 Mio
	Yelp.de	Restaurants etc.	71 Mio
...

Wo und wie findet Bewertung im Internet statt?

Art der Plattform	Quantitativ (1-5 Sterne)	Qualitativ (Freitext)	Strukturiert (Kriterien)
Soziale Medien (z.B. Facebook, Google+ etc.)	Ja	Ja	Nein
Spezielle Bewertungsportale <ul style="list-style-type: none"> ▪ Empfehlungsportale (z.B. werkstattkenner, autoplenum etc.) ▪ Feedbackportale (z.B. kununu etc.) 	Ja	Ja	Ja
Elektronische Marktplätze (z.B. Amazon, Otto etc.)	Ja	Ja	Nein
Aggregatoren (z.B. Google, Yelp etc.)	Ja	Nicht immer	Nein
Sonstige (z.B. meinprospekt etc., oft nur regional relevant)	Ja	Nicht immer	Nein

Welche Bewertungsplattformen sind für den Automobilhandel und –service relevant?

Entscheidend ist das Nutzerverhalten:

- Einstieg über **Google**:

Google - Bewertungen

+ diverse andere Plattformen

(sehr stark abhängig von Region, verwendeten Suchbegriff etc.)



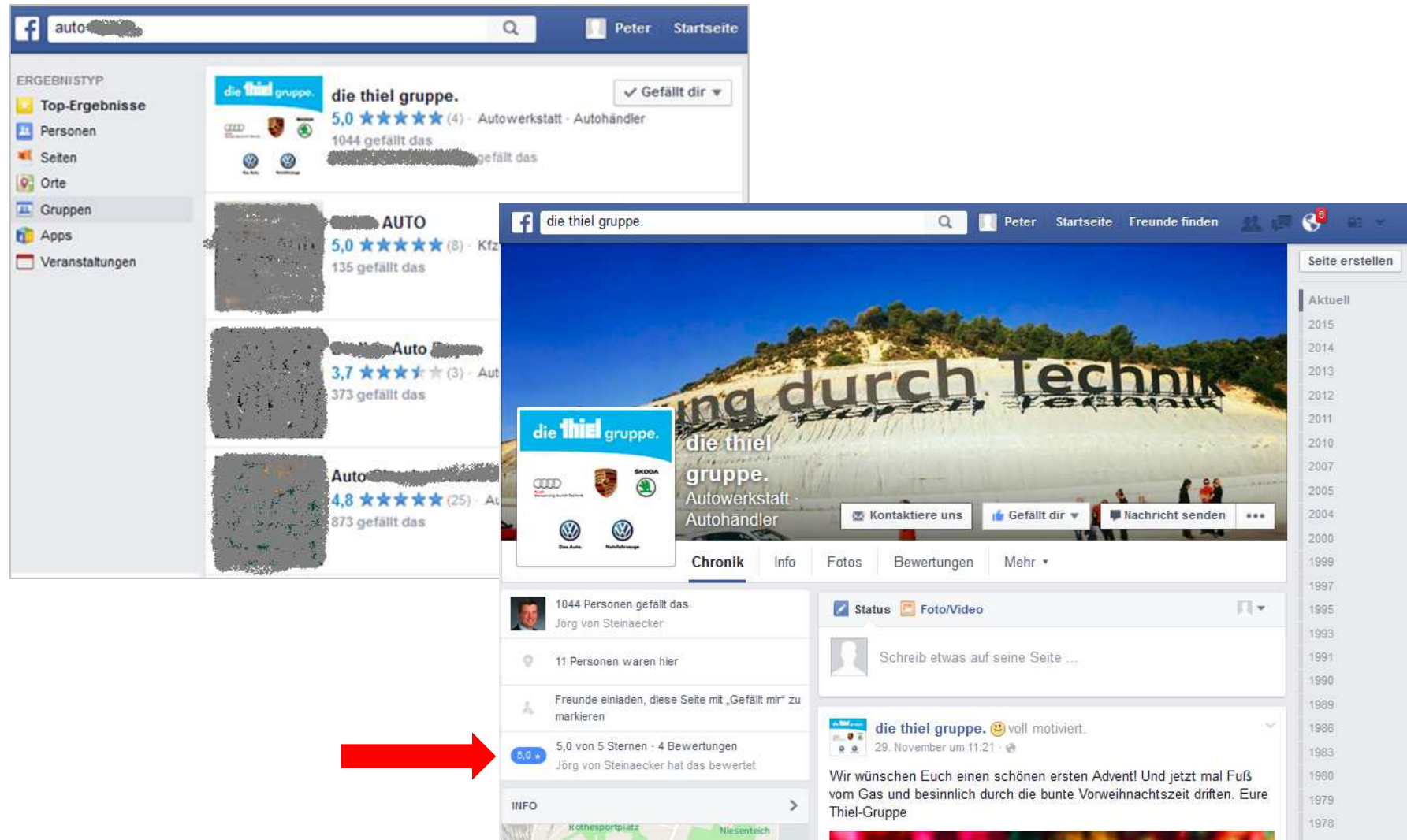
- Einstieg über soziale Medien:











- Einstieg über spezielle Automobilplattformen:



So sehen die 26 Mio Facebook-Nutzer in Deutschland die Unternehmens-Bewertungen



Die relevantesten Bewertungsplattformen für den Automobilhandel und -service

Plattform	Bewertungs- schema	Qualität	Aktuali- tät	Transpa- renz	Dialog- möglich- keit	Gesamt- Ergebnis
	● ● ● ●	● ● ●	● ●	●	● ●	● ● ●
	●	● ●	● ●		●	●
 	● ●	● ● ● ●	● ●	● ● ● ● ●	● ● ● ● ●	● ● ● ●
	● ● ● ● ●	● ● ● ●	● ●	● ●	● ● ●	● ● ●
	● ● ● ●	● ●	● ● ● ●	●	● ●	● ● ●
	● ● ● ● ●	● ● ●	● ● ● ●	● ● ● ●	● ●	● ● ● ●
	● ● ● ●	● ●	● ●	● ● ●	● ●	● ● ●

Quelle: Weiterentwickelt nach Prof. Hannes Brachat, AUDI

Beispiele für Werkstattbewertungen

autoaid Gefällt mir 1084 Hilfe | Registrieren | Anmelden

Startseite Shop Community **Werkstattsuche** Unternehmen Blog

Werkstatt bewerten Werkstatt eintragen Markenübersicht Serviceübersicht

Sie sind hier: Startseite / Werkstatt / Autohaus- und Werkstattsuche / Berlin

Finden Sie von Kunden bewertete Kfz-Werkstätten und Autohäuser in Berlin

Service, Marke oder Name: mercedes Ort, PLZ oder Straße: berlin Umkreis:

Betrieb 1 - 20 von 237 für mercedes berlin

Sie suchen eine Kfz-Werkstatt in Berlin? Verfeinern Sie Ihre Suche mit dem Filter rechts:

Betrieb Entfernung Bewertung

Werben Sie hier mit einem autoaid.de Premium-Eintrag! Mehr erfahren

Auto-Fit GbR

7.9km Premium-Eintrag

99 von 100

Bewertet von [Name] am 27. Januar 2013

Kurz gesagt: Absolut empfehlenswert. Alles wurde an meinem BMW e39 530i so durchgeführt wie gewünscht. Zu einem Top-Preis. Das tauschen der...

Serviceleistungen: Ölwechsel Bremsen Auspuff Motorinstandsetzung Reifenservice Karosserie ...

Marken: Audi BMW Chevrolet Chrysler Citroën Daihatsu Fiat Ford Honda Hyundai Jaguar Kia ...

Kfz-Reparatur und Handels-GmbH - Der Mercedes Spezialist

3.4km Premium-Eintrag

98 von 100

Bewertet von [Name] am 3. September 2012

Ich bin seit ca. 6 Jahren bei der Firma Kunde. Hatte noch nie Probleme, wurde immer korrekt bedient. Die Mercedeswerkstätten sind sehr kompetent und...

Serviceleistungen: Ölwechsel Bremsen Auspuff Motorinstandsetzung Glasservice Reifenservice ...

Marken: smart Mercedes Mercedes und smart

GmbH Oldtimer & Youngtimer Service

22.9km

100 von 100

Bewertet von [Name] am 25. April 2011


Ich wurde freundlich empfangen, die Reparatur und die zu erwartenden Kosten wurden mir erklärt. Sie haben meine Wagen abgeholt und ihn mir nach der...

Serviceleistungen: Ölwechsel Bremsen Auspuff Motorinstandsetzung Glasservice Reifenservice ...

Marken: Audi Austin Healey BMW Chevrolet Ferrari Fiat Jaguar Land Rover Peugeot Porsche Triumph VW

Kfz-Reparatur und Handels-GmbH - Der Mercedes Spezialist

Freie Werkstatt für Kfz, PKW

 ☒ Meisterbetrieb ☒ Innungsbetrieb

autoaid-Score: 98 / 100 aus 106 Berichten „Sehr gut“

Adresse und Informationen

Adresse: [Name] Berlin [Name] Kontakt: Telefon: 030 [Name] Fax: 030 [Name] Homepage: [Name]

Öffnungszeiten: Montag: 8:00 - 18:00 Dienstag: 8:00 - 18:00 Mittwoch: 8:00 - 18:00 Donnerstag: 8:00 - 18:00 Freitag: 8:00 - 18:00

Zahlungsmittel: Bar, EC-Karte

Durchschnittliche Bewertung aus 106 Erfahrungsberichten:


Terminvergabe / Termineinhaltung	★★★★
Service- und Beratungsqualität	★★★★
Ercheinungsbild und Sauberkeit	★★★★
Freundlichkeit	★★★★
Qualität der durchgeführten Arbeiten	★★★★
Preis / Leistungsverhältnis	★★★★
Gesamtbewertung	★★★★

Kontakt aufnehmen:

Vorname: * Nachname: * Nachricht:

Telefon: * E-Mail:

* Pflichtfelder

Captcha: 

Über uns:

[Name] arbeitet seit Mitte der 90er Jahre als Meisterwerkstatt in Berlin. [Name] Aus einer Betriebswerkstatt für Taxibetriebe ist mittlerweile ein sowohl für private als auch für gewerbliche Mercedes-Benz Fahrer offener Servicestützpunkt geworden. Unsere Kompetenz bei der Reparatur von Automatikgetrieben und Hinterachsdifferentialen ist inzwischen weit über die Grenzen Berlins bekannt. Wir führen sämtliche Reparaturen rund um Ihren Mercedes und Smart (www.smart-spezialist.com) durch: Von der Achsvermessung bis hin zum Zylinderschleifen.

106 Erfahrungsberichte:

Bewertung: ★★★★★

Persönlicher Kommentar:

Habe meinen Smart CDI Cabrio zur Durchführung des großen Wartungsdienstes der Werkstatt anvertraut. Ich muss gestehen, dass ich von der guten und sauberen Arbeit an meinem Auto sehr angetan bin. Ich habe gegen recht geringes Entgelt einen Mietwagen erhalten (mit fest eingebautem Navigi), der in einem fast neuwertigen und gepflegten Zustand war. Das Preis-/Leistungsverhältnis dieser Werkstatt ist bislang unübertroffen. Das Personal ist freundlich. Die Werkstatt ist sehr empfehlenswert.

Weitere Angaben:

Grund des Werkstattbesuchs: ☒ Großer Wartungsdienst Smart Diesel

Ist eine kurzfristige Terminvergabe möglich? ☒

Haben Sie einen Kostenvoranschlag bekommen? ☒

Beispiele für Werkstattbewertungen

Autoscout24.de

4 Kundenbewertungen

Gesamteindruck
★★★★★

★★★★★ Freundlichkeit
★★★★★ Kompetenz
★★★★☆ Sauberkeit
★★★★★ Preis/Leistung

Kundenbewertung

★★★★★	★★★★★ Gesamteindruck	
★★★★★	★★★★★ Freundlichkeit	ben 30.09.2015
★★★★★	★★★★★ Kompetenz	ben
★★★★★	★★★★☆ Sauberkeit	ben 28.04.2015
★★★★★	★★★★★ Preis / Leistung	ben

★★★★★ [Details](#) **Reifenmontage, Audi** 03.09.2014
Kein Kommentar angegeben

★★★★★ [Details](#) **Radwechsel** 15.04.2014
Alles besten geklappt, sogar noch schneller als Abgemacht. Gerne wieder!
[Bewertung melden](#)

Werkstattkenner.de

»» **GESAMTBEWERTUNG DES AUTOHAUSES**

Für die Firma "Citroen Autohaus" wurde(n) bisher 1 Bewertungen abgegeben.

Gesamtdurchschnitt aus 1 Bewertung(en) (Ø 1.75/5):

Service:	⚙️ ⚙️ ⚙️ ⚙️ ⚙️	Ø 2
Qualität:	⚙️ ⚙️ ⚙️ ⚙️ ⚙️	Ø 2
Kundenfreundlichkeit:	⚙️ ⚙️ ⚙️ ⚙️ ⚙️	Ø 1
Preis:	⚙️ ⚙️ ⚙️ ⚙️ ⚙️	Ø 2

Weiterempfehlung:
0% der bewertenden User empfehlen diese Werkstatt weiter.

»» **ABGEGEBENE EINZELBEWERTUNGEN**

Der User "artpetra" (1) gab am 14.12.2013 folgende Bewertung ab:

Werkstattbesuch:	im Dezember 2013	artpetra
Service:	⚙️ ⚙️ ⚙️ ⚙️ ⚙️	empfiehlt "Citroen Autohaus" nicht weiter
Qualität:	⚙️ ⚙️ ⚙️ ⚙️ ⚙️	Inhaber oder berechtigte Mitarbeiter des Betriebs haben hier die Möglichkeit eine...
Kundenfreundlichkeit:	⚙️ ⚙️ ⚙️ ⚙️ ⚙️	...Stellungnahme zu diesem Kommentar schreiben
Preis:	⚙️ ⚙️ ⚙️ ⚙️ ⚙️	

Persönlicher Kommentar:

"Lange Wartezeit beim Abgeben des Autos zur Inspektion - trotz ausgemachter Abgabezeit.(50 Min)
Dem Haus bekannter Kunde wurde vorgezogen, obwohl sein Termin später war.

Es wurde ausgemacht, ich würde angerufen, wenn was Besonderes vorläge oder wenn die Inspektion fertig sei
- nichts - kein Anruf.

So überwachen Sie Ihr Webimage

1. Mit Google Alerts

Richten Sie einen Google-Alert ein (www.google.de/alerts)

The screenshot shows the Google Alerts interface. The search bar contains the text "autohaus meier teststatt". A dropdown menu for frequency is open, showing three options: "Bei jeder Neuigkeit (unverzüglich)", "Höchstens einmal täglich", and "Höchstens einmal wöchentlich". The "Häufigkeit" section on the left lists "Quellen", "Sprache", "Region", and "Anzahl". The "Anzahl" dropdown is set to "Nur die relevantesten Ergebnisse". At the bottom, there is a text input field for "E-Mail-Adresse eingeben", a blue "Alert erstellen" button, and a link "Optionen ausblenden".

Alerts
Interessante neue Inhalte im Web verfolgen

autohaus meier teststatt

Häufigkeit
Quellen
Sprache
Region
Anzahl

Bei jeder Neuigkeit (unverzüglich)
Höchstens einmal täglich
Höchstens einmal wöchentlich

Automatisch

Deutsch

Beliebige Region

Nur die relevantesten Ergebnisse

E-Mail-Adresse eingeben

Alert erstellen

Optionen ausblenden

Möglichst spezifischer Suchbegriff für Ihr Autohaus

Häufigkeit auf 1 x pro Woche einstellen, Rest so lassen

Wenn Sie in Google eingeloggt sind, können Sie hier nur Ihre Gmail-Adresse eingeben

So überwachen Sie Ihr Webimage

2. Manuell

- Problem bei diversen Bewertungsplattformen:
 - Sie schützen sich gegen den Such-Roboter von Google, so dass diese gar nicht in der Google-Suche auftauchen.
 - Sie haben einen sehr geringen Page-Rank.



- Deshalb: suchen Sie regelmäßig nach Bewertungen Ihres Autohauses im Internet und tragen diese in eine Liste ein.

Internet-Bewertungen von Standorten des Autohauses Mustermann						
Stand:	20.11.2015	Anzahl Bewertungen:	166			
Prüfer:	Tim Test	Durchschnittliche Bewertung:	3,81			
Plattform	Betrifft	Link zu Ihrem Profil auf der Plattform	Anzahl	Bewertungen Ø	Datum letzte	Kommentar
Yelp.de	Standort 1	http://www.yelp.de/biz/autohaus_musterr	17	3,8	01.12.2015	Frage beantwortet
	Standort 2	http://www.yelp.de/biz/autohaus_musterr	37	4,1	10.06.2015	
Klicktel.de	Standort 1	http://www.klicktel.de/branchenbuch/must	1	4	13.08.2014	Dankeschön geschrieben
	Standort 2	http://www.klicktel.de/branchenbuch/must	3	3,5	05.05.2015	
	Standort 3	http://www.klicktel.de/branchenbuch/must	2	4,5	10.11.2015	
testberichte.de	Standort 1	http://www.testberichte.de/test/produkt_te	29	3,3	19.03.2014	
kununu.de	n.a.	http://www.kununu.com/	11	2,9	29.06.2013	
ciao.de	n.a.	http://www.ciao.de	45	4,1	05.11.2012	
trustpilot.de	n.a.	https://www.trustpilot.de	2	5	19.04.2010	
golocal.de	Standort 1	http://www.golocal.de/musterstadt/autoha	7	4,2	03.08.2014	Rücksprache Chef
	Standort 2	http://www.golocal.de/musterstadt/autoha	1	1	27.09.2010	
	Standort 3	http://www.golocal.de/musterstadt/autoha	4	2,9	05.11.2015	
kennstduenein.de n.a.		http://www.kennstduenein.de/autohaus_m	7	4,1	25.06.2009	

- Ein Mitarbeiter sollte z.B. monatlich diese Liste durchgehen, prüfen, ob neue Bewertungen eingegangen sind und ggfs. Maßnahmen einleiten.

Bedenken Sie

- Bewertungen liefern Ihnen wertvolle Verbesserungshinweise!
- Bewertungen im Internet finden ohnehin statt, daher besser unter Ihrer Aufsicht und Beobachtung!
- Keine Angst vor negativen Kommentaren:
 - Eine Beschwerde ist immer eine Steilvorlage, um zu glänzen!
 - Kunden, die sich beschweren, wollen bei Ihnen bleiben!
 - Die Anzahl ist überschaubar!
- Je mehr positive Bewertungen Sie unter Ihrem Namen im Netz zeigen, umso vertrauenswürdiger sind Sie als Händler.

Fazit: Laden Sie Ihre Kunden aktiv zu Bewertungen ein!

So bekommen Sie viele Bewertungen

- Wählen Sie 1-2 Plattformen aus, auf denen sie bewertet werden wollen und machen Sie Ihre Kunden systematisch darauf aufmerksam.

Tischaufsteller



Hinweise im Visitenkartenformat



Zusätzlich auf

- WWW-Seite
- Facebook
- Rechnungen
- Angeboten
- ...

- Reagieren Sie auf **JEDE (!) Bewertung**



Weitere Beispiele aus den Handlungsfeldern:

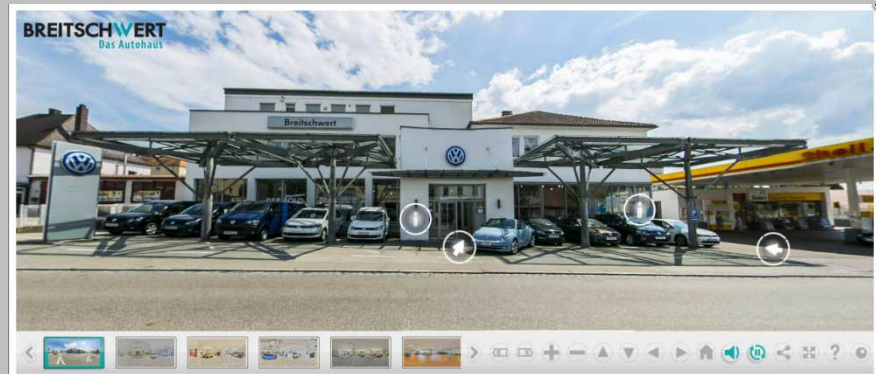
- Ihre Webseite:
 - Handelsmarke betonen
 - Leadgenerierung und Kontaktaufnahme vereinfachen
 - Mobilfähigkeit
 - Imagevideo, virt. Betriebsrundgang
- Eigener E-Shop
 - Teile/Zubehör
 - Serviceleistungen
 - Fahrzeuge
- Börsen und Plattformen nutzen
 - Fahrzeugbörsen
 - Servicebörsen
 - Teileplattformen (z.B. Reifen)
- Social Media
 - Facebook-Seite
 - Kampagnen
 - Bannerwerbung
- ...

The screenshot shows the website 'autoskaufmanbeikoch.de' with the tagline '20 JAHRE KOCH' and '20 JAHRE BEGEISTERUNG FÜR AUTO UND MENSCH'. A red Mazda 3 is prominently displayed. A chat window on the left asks 'SIE SUCHEN EIN AUTO? Ich bin online und helfe Ihnen gerne weiter!' with a 'Ja, Beratung starten!' button. A price tag for the Mazda 3 shows 'inkl. 5 Jahre Garantie' and 'Barpreis 16.990,- €'. The top right features the 'KOCH AUTOMOBILE AG' logo, 'GUTE PREISE + GUTER SERVICE', 'ONLINEBERATUNG' with a 'Chat starten' button, and an 'Info-Hotline 030 54 99 88 77'. At the bottom, there are buttons for 'ANGEBOT ANFORDERN', 'IHR BESTPREIS', and 'MEHR INFORMATIONEN', followed by a section 'AKTUELLE ANGEBOTE' with logos for SEAT, VOLVO, CITROËN, ŠKODA, MAZDA, and PKW OUTLET CENTER.

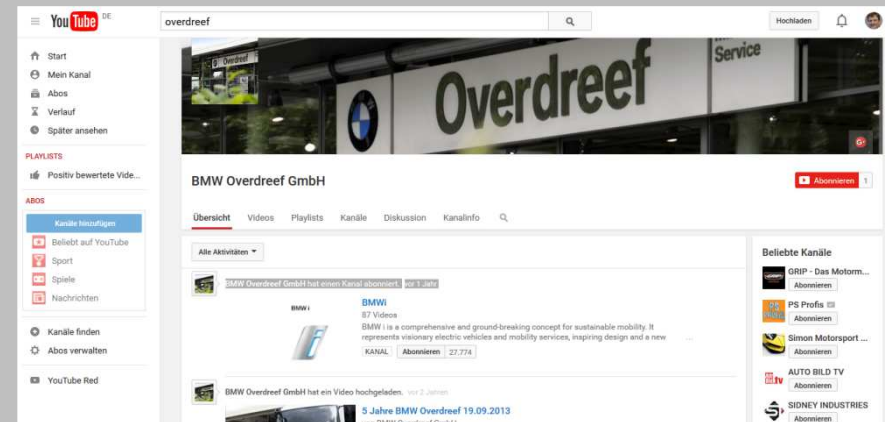
- Eine **Handelsmarke ist dann gut**, wenn sie die Frage der Kunden unmissverständlich beantwortet, warum sie ein Auto bei Ihnen kaufen sollten.
- Eine **Handelsmarke ist dann stark**, wenn sie bekannt und positiv besetzt ist.

Weitere Beispiele aus den Handlungsfeldern:

- Ihre Webseite:
 - Handelsmarke in den Vordergrund
 - Leadgenerierung und Kontaktaufnahme vereinfachen
 - Mobilität
 - Imagevideo, virtuel. Betriebsrundgang
- Eigener E-Shop
 - Teile/Zubehör
 - Serviceleistungen
 - Fahrzeuge
- Börsen und Plattformen nutzen
 - Fahrzeugbörsen
 - Servicebörsen
 - Teileplattformen (z.B. Reifen)
- Social Media
 - Facebook-Seite
 - Kampagnen
 - Bannerwerbung
- ...



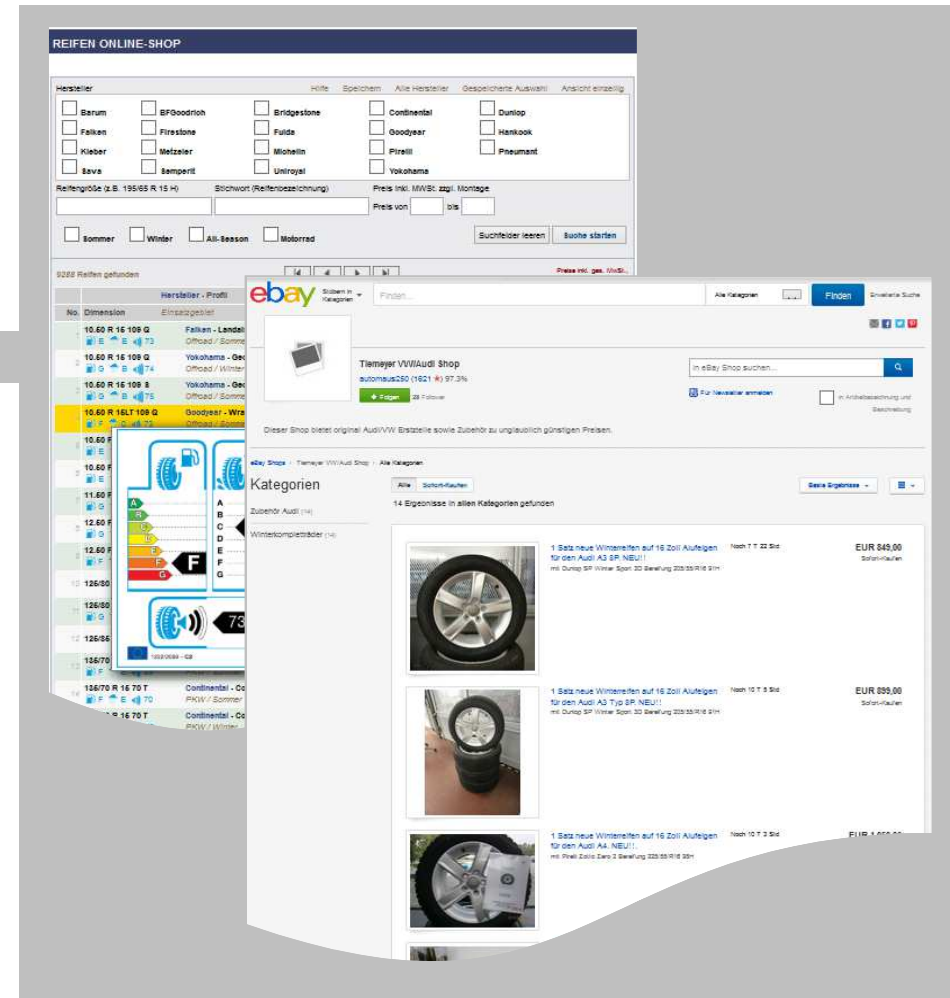
<http://www.breitschwert.de/>



Quelle: YouTube

Weitere Beispiele aus den Handlungsfeldern:

- Ihre Webseite:
 - Handelsmarke in den Vordergrund
 - Leadgenerierung und Kontaktaufnahme vereinfachen
 - Mobilfähigkeit
 - Imagevideo, virtuel. Betriebsrundgang
- Eigener E-Shop
 - Teile/Zubehör
 - Serviceleistungen
 - Fahrzeuge
- Börsen und Plattformen nutzen
 - Fahrzeugbörsen
 - Servicebörsen
 - Teileplattformen (z.B. Reifen)
- Social Media
 - Facebook-Seite
 - Kampagnen
 - Bannerwerbung
- ...



Weitere Beispiele aus den Handlungsfeldern:

- Ihre Webseite:
 - Handelsmarke in den Vordergrund
 - Leadgenerierung und Kontaktaufnahme vereinfachen
 - Mobilfähigkeit
 - Imagevideo, virtuel. Betriebsrundgang
- Eigener E-Shop
 - Teile/Zubehör
 - Serviceleistungen
 - Fahrzeuge
- Börsen und Plattformen nutzen
 - Fahrzeugbörsen
 - Servicebörsen
 - Teileplattformen (z.B. Reifen)
- Social Media
 - Facebook-Seite
 - Kampagnen
 - Bannerwerbung
- ...



Weitere Beispiele aus den Handlungsfeldern:

- Ihre Webseite:
 - Handelsmarke in den Vordergrund
 - Leadgenerierung und Kontaktaufnahme vereinfachen
 - Mobilität
 - Imagevideo, virtuel. Betriebsrundgang
- Eigener E-Shop
 - Teile/Zubehör
 - Serviceleistungen
 - Fahrzeuge
- Börsen und Plattformen nutzen
 - Fahrzeugbörsen
 - Servicebörsen
 - Teileplattformen (z.B. Reifen)
- Social Media
 - Facebook-Seite
 - Kampagnen
 - Bannerwerbung
- ...



- Produktwerbung und Abverkaufsaktionen
- Ganzheitliche Social-Media-Kampagnen
- Bannerwerbung auf Facebook und Google

Konkrete Handlungsfelder zur Umsetzung der Digitalstrategie im Autohaus (Beispiele)

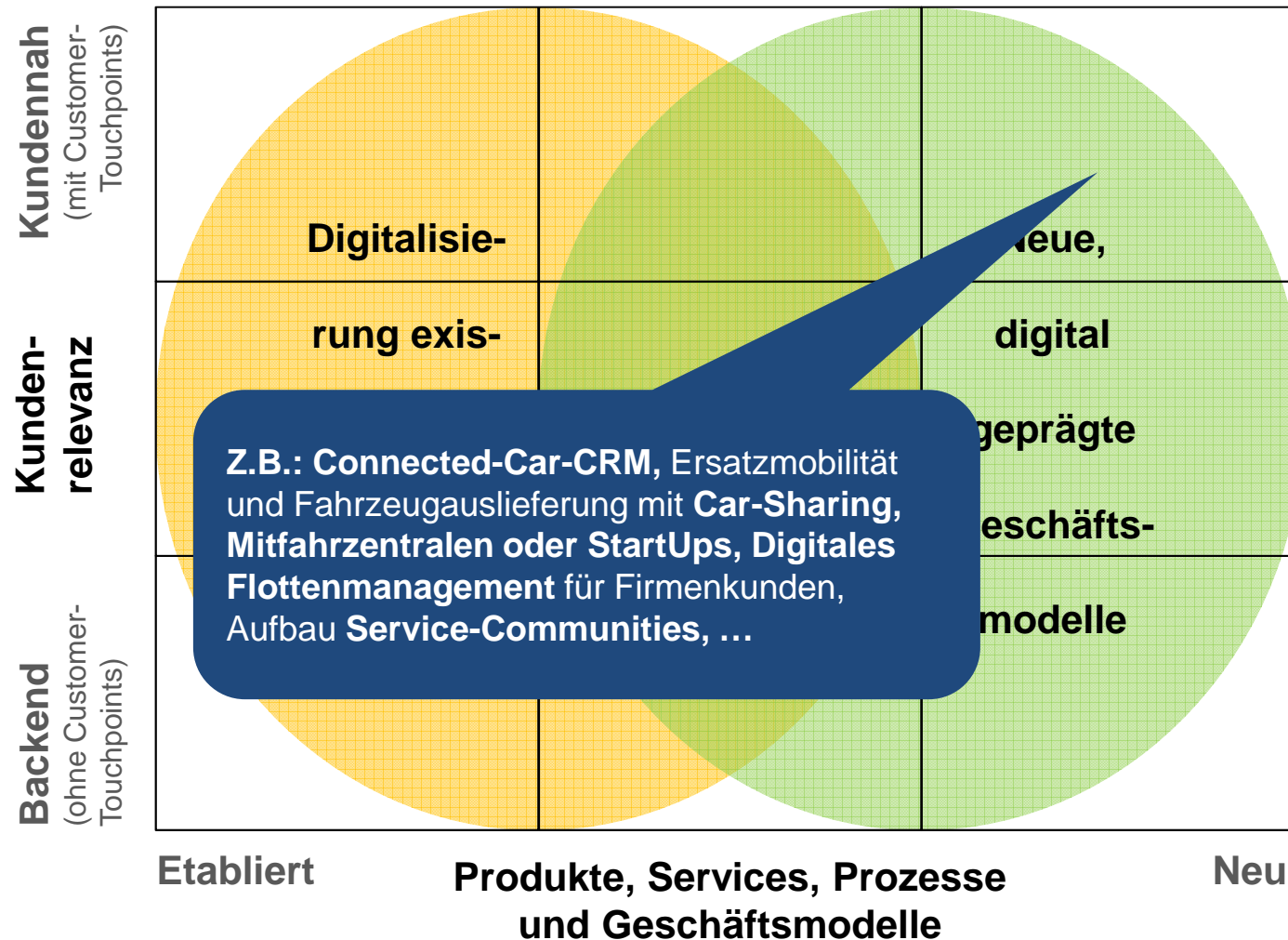




Bild: Bärbel Taubitz / pixelio.de

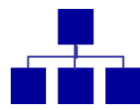
Personelle Voraussetzungen im digitalen Transformationsmanagement

- Voraussetzungen für ein erfolgreiches Autohaus
- Der „ideale“ Verkäufer in der digitalen Welt
- Team-Ansätze im Autohaus
- eCheck, digitale Dialogannahme und Auftragsbearbeitung
- Digitale interne Kommunikation

Digitales Transformationsmanagement: Voraussetzungen für ein erfolgreiches Autohaus



**Unternehmens-
kultur, -strategie**



**Strukturen
(Org. und IT)**



Prozesse

Radar für neue Geschäftsmodelle

Always On / 24 x 7

Partnerschaften mit Dienstleistern

Hohe Umsetzungsgeschwindigkeit

Eigene IT mit höheren Investitionen zukunftsfähig machen

Eigenes Tun lfd.
in Frage stellen

Hohe Datenorientierung
(Qualität, Verknüpfung, Auswertung etc.)

Technologie zulassen
(BYOD, insb. Facebook freischalten)

Fehlertoleranz

Vorhandensein einer EDV-Strategie

„Digital-Budget“ definieren

Jede Veränderung an Kundenbedürfnisse ausrichten (Käufermarkt!)

Multi-Channel-Marketing

Interne Begeisterung erzeugen

Stellenwert Datenschutz

IT as a Service (Cloud, SaaS etc.)

Experimentieren und innovieren belohnen

Mobile First

Digitalisierungsverantwortlichen definieren

Kunden/CRM-Radar

Social-Media-Schulung Mitarbeiter

Eigenes IT-Wissen aufbauen

...

...

...

...

Legende:

Innovationsfähigkeit

Kundenorientierung

Technologie

Führung/Organisation

Personalrelevant



Personelle Voraussetzungen: Der „ideale“ Verkäufer in der digitalen Welt ...

- lehnt Technologie nicht ab und fühlt sich in der digitalen Welt wohl:
 - Ist Handy-Heavy-User
 - Kauft digital ein
 - Ist auf (allen) sozialen Medien aktiv
- denkt entlang der digitalen Customer Journey
 - Weiß, auf welchen Medien er welche Kunden erreicht
 - Führt Online-Kontakt erfolgreich in den Offline-Bereich
- beherrscht digitale Kommunikation:
 - Kennt die Social-Media-Tonalität
 - Kann eine erste, grobe Bedarfsanalyse zw. den Zeilen eines FB-Posts durchführen
 - Nimmt Anfragen wie „*eyh, gipst den auch in grün*“ ernst
- treibt digitale Innovationen aus Kundensicht voran.



20% Ihrer Mitarbeiter mit Kundenkontakt sollten über diese Fähigkeiten verfügen, aber dieser Menschentyp sind rar und teuer!



Lösung: Team-Ansätze im Autohaus (1)

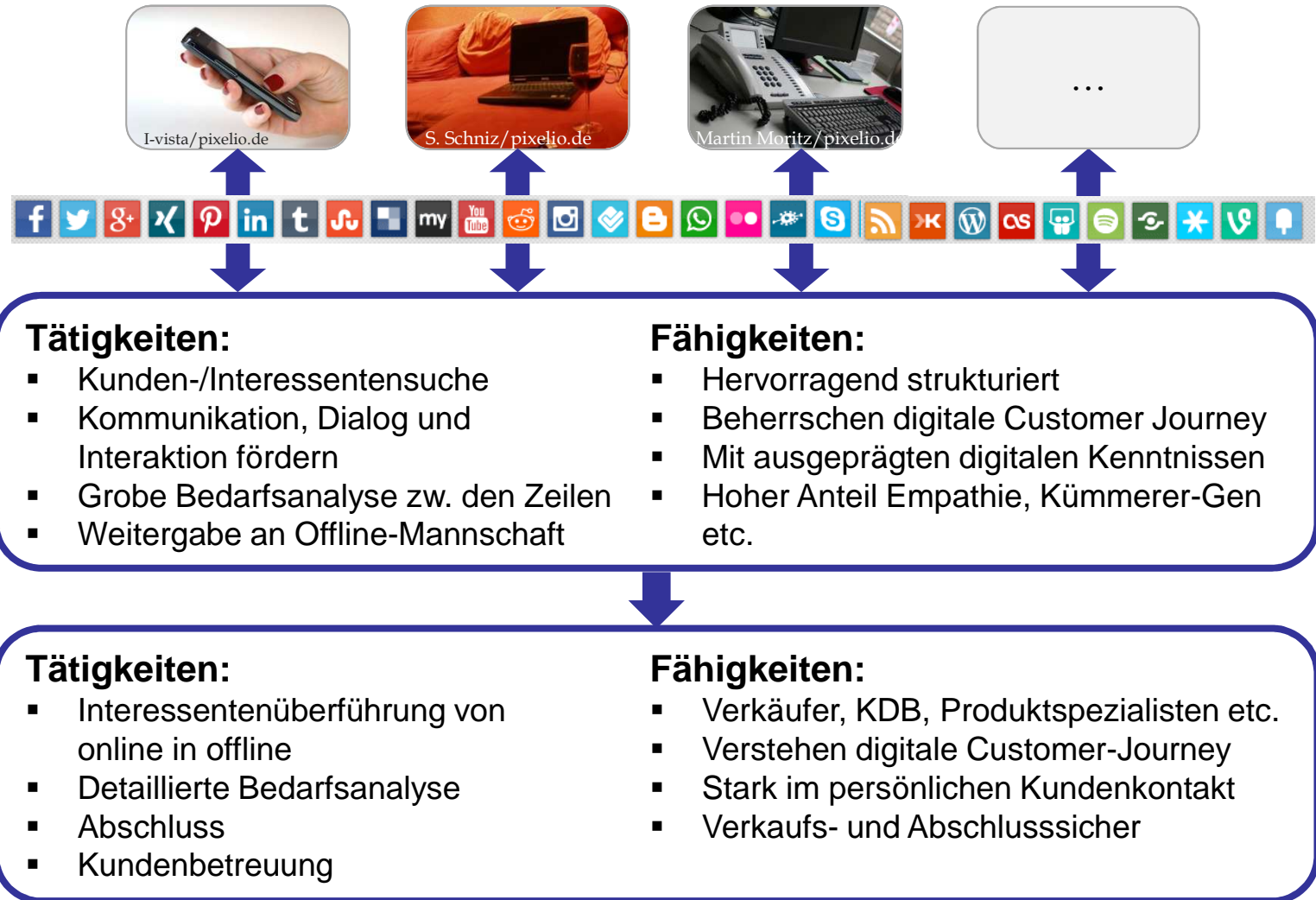
Online und Offline organisatorisch trennen

Interessent/
Kunde

Digitale
Kanäle

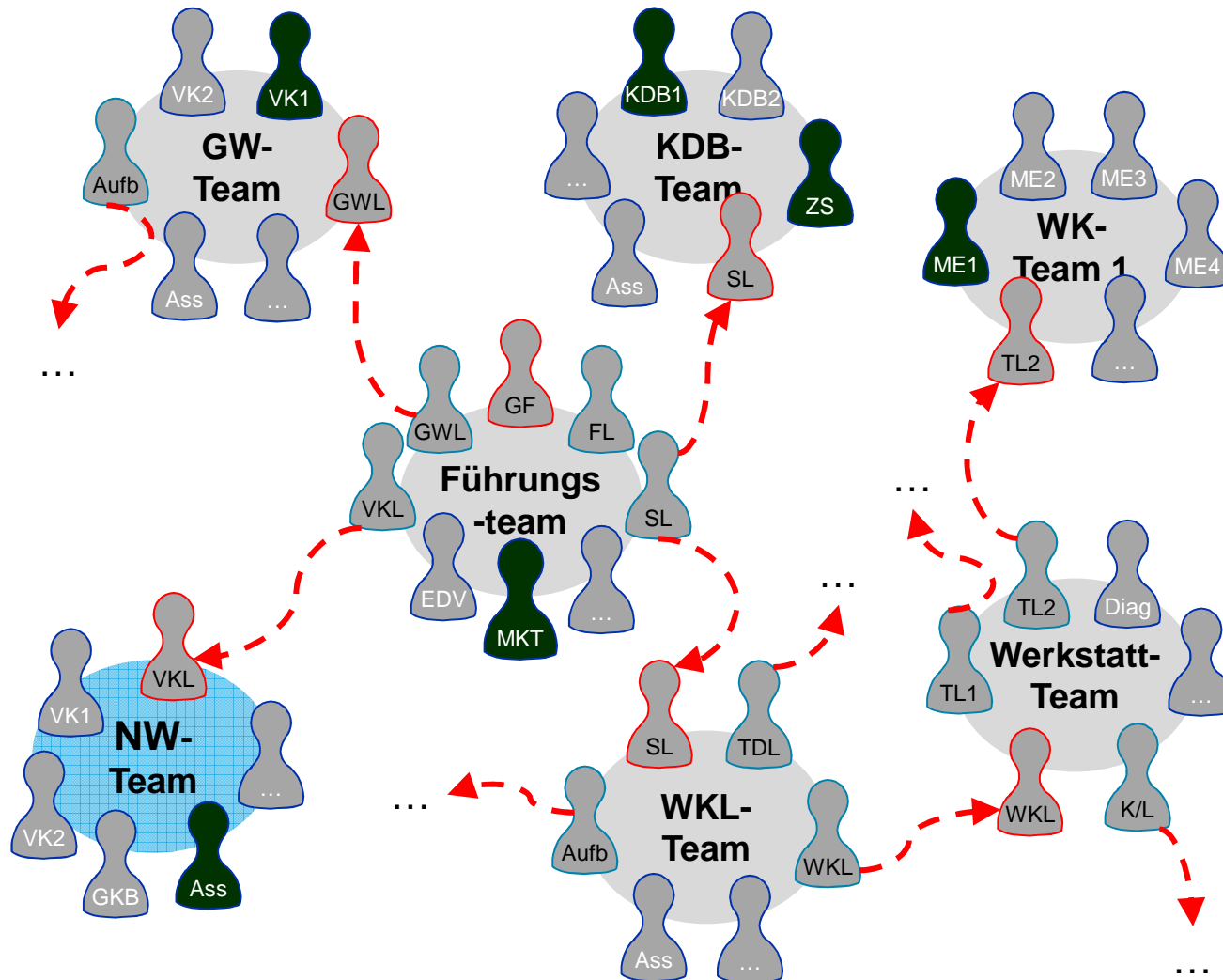
Online-
Team

Offline-
Mannschaft



Lösung: Team-Ansätze im Autohaus (2)

Facebook-Team und keine neue Stelle!

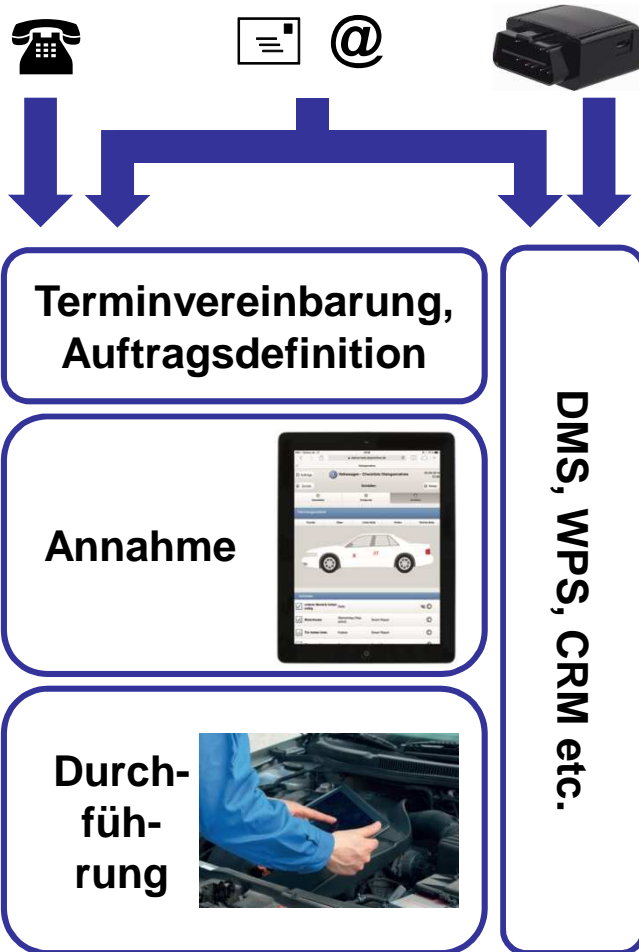


Facebook-Team:

- Trifft sich regelmäßig
- Bespricht aktuelle und zukünftige Themen
- Bringt Input aus jedem Fachbereich ein
- Führt Kommunikationskalender
- Wird geführt z.B. durch Marketingleitung
- Ist besetzt mit Facebook-affinen Mitarbeitern, die mitbringen sollten:
 - Nutzen FB regelmäßig
 - Haben große Communities
 - Fallen durch angemessenen Kommunikationsstil auf
- Kann durch externe Agentur unterstützt werden

Personelle Voraussetzungen: eCheck, digitale Dialogannahme und Auftragsbearbeitung

Klassisch Online Connected Car



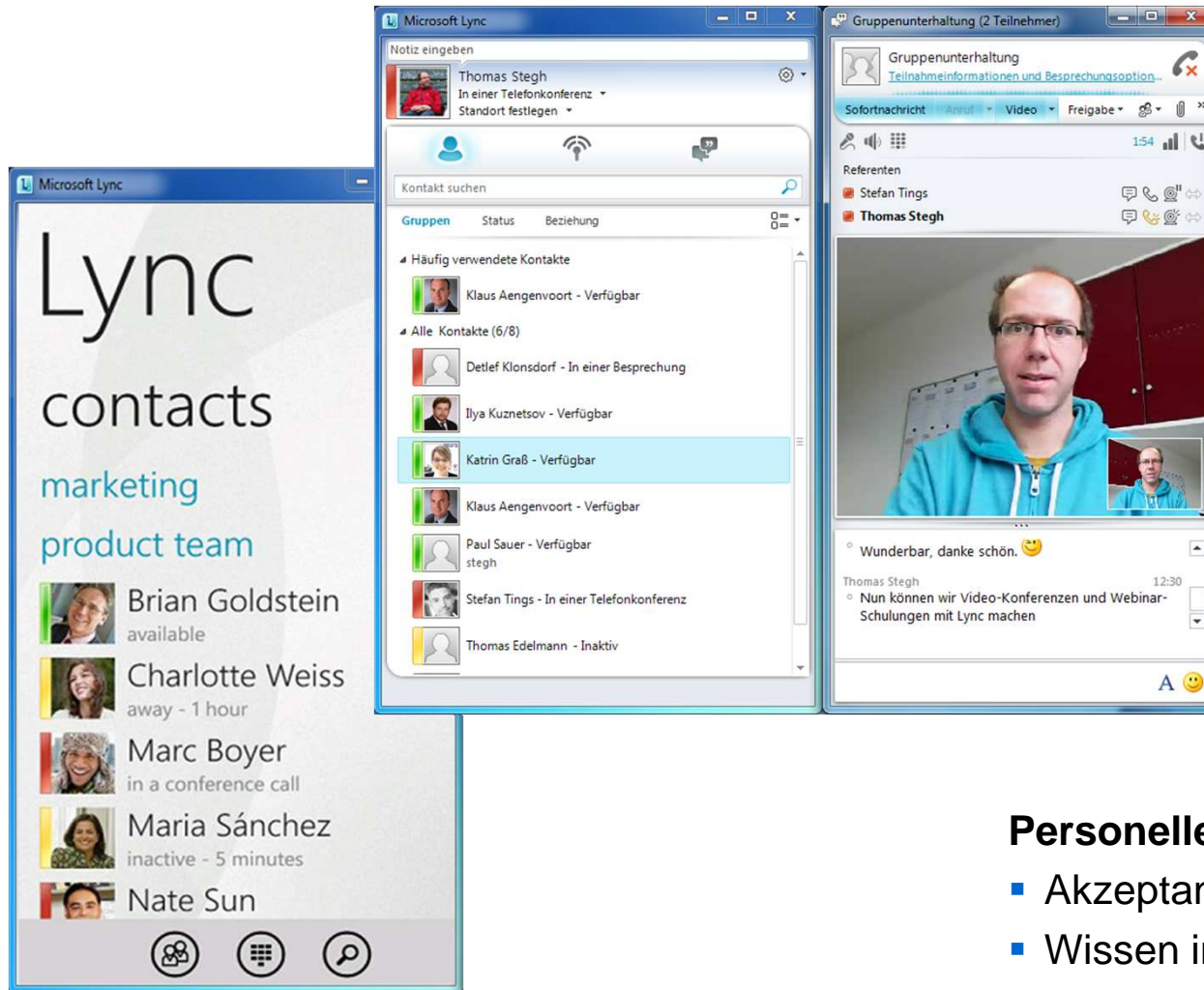
Chancen:

- Potentialausschöpfung durch elektronische Checklisten
- Kostenreduzierung durch vereinfachte Workflows
- Mehr Kundenzeit
- ...

Personelle Voraussetzungen:

- Lesbar- und Interpretierbarkeit der übertragenen Daten
- Akzeptanz von
 - digitalen Medien als Werkzeug
 - Reparaturanweisungen, die auf Grundlage von Algorithmen erstellt wurden
 - Checklisten mit Verkaufschancen
- Kunden-Kümmerner-Gen, -Kommunikation, -Bedarf wecken etc.

Personelle Voraussetzungen: Interne Kommunikation am Beispiel von Lync



Funktionen:

- Verfügbarkeit von Kollegen prüfen
- Chatnachrichten senden
- Audio und Videoanrufe
- Onlinebesprechungen
- Komplette Telefonanlage (Abwesenheitsnachricht, Weiterleitung etc.)
- ...

Personelle Voraussetzungen:

- Akzeptanz und Aufgeschlossenheit
- Wissen im Umgang mit der Technik

Unterm Strich:

- Gehen Sie davon aus, dass die digitale Welle weiter rollt!
- Sie bietet deutlich mehr Chancen als Nachteile oder Risiken!
- Sie wird die gesamte Mannschaft betreffen!

Das sollten Sie tun:

- Stimmen Sie Ihre Mannschaft darauf ein, jetzt!
- Schaffen Sie Begeisterung für das Thema!
- Wie? Z.B.:
 - Diejenigen Mitarbeiter, die „können“ und „wollen“, müssen auch „dürfen“ dürfen, egal welche Funktion sie heute haben!
 - Digital spezialisierte Mitarbeiter können nur eine Zwischenlösung sein, das Thema muss in die Köpfe aller Mitarbeiter!
 - Bei der Einstellung gezielt auf digitale Fähigkeiten achten!
 - In Schulungsmaßnahmen auf digitale Inhalte achten!



Fazit: Letztlich bleibt es ein Motivations- und Führungsthema

Zusammenfassung

- Die Digitalisierung des Lebens ist keine Modeerscheinung – sie wird bleiben und sich weiter ausbreiten!
- Ihre Kunden, Lieferanten, Wettbewerber, Mitarbeiter und der Hersteller sind digital bereits voll engagiert.

➔ **Sie können sich die digitale Welt hier und jetzt selbst erschließen:**

- Werkzeuge, Dienstleistungen und Produkte sind alle vorhanden.
- Mit Ihren Produkten, Dienstleistungen, Kundenkontakten und regionalem Bezug verfügen Sie über die besten Voraussetzungen.

➔ **Reiten Sie die digitale Welle!**



Albrecht E. Arnold / pixelio.de





Bild: Bärbel Taubitz / pixelio.de

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Kontakt: Steinaecker Consulting

Dr. Jörg v. Steinaecker
Überm Rath 25
56072 Koblenz

Email: info@steinaecker-consulting.de
Tel.: +49 (0)261 450 93 237
Fax: +49 (0)3212 1235374
URL: www.steinaecker-consulting.de



Erhältlich unter
<http://www.springer-automotive-shop.de>