



Report

After Sales Goes Online

Was denkt der Autofahrer über Autoservice-Onlineportale und wie nutzt er sie?

Das Internet hat nun auch (als einen der letzten Märkte) den Autoservice Markt erobert. Wie steht der Autofahrer zu den neuen Service-Online-Marktplätzen?

Die traditionelle Argumentation lautet zumeist:

- „Der Autofahrer kann die Servicearbeiten nicht hinreichend genau identifizieren“.
- „Das Web führt zur Kannibalisierung des Offline Geschäftes“.

Wird sich der Autofahrer daran halten? Oder wird er die Autoservice-Online-Portale positiv aufnehmen und sie nutzen?

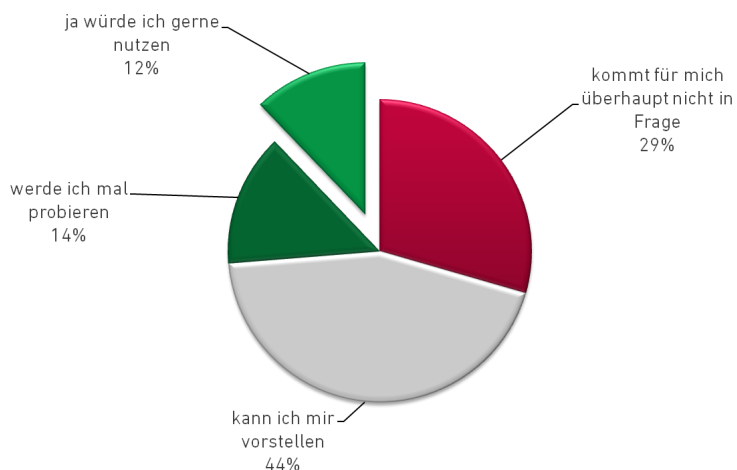
Denn zweifellos werden die After Sales Online Portale den Servicemarkt für den Autofahrer transparenter machen!

Transparenz bezieht sich dabei nicht nur auf den Preis, sondern umfasst vor allen Dingen auch die Bewertungen von Servicequalität der anbietenden Werkstätten, die Teile-Qualität, die Werkstattart, die Terminverfügbarkeit, die Entfernung etc.

Unsere Studie „**AFTER SALES GOES ONLINE**“ greift diese Fragen auf, um der Industrie, den Werkstätten und dem Teilegroßhandel und Orientierungshilfen anhand von Szenarien zu geben, in welchem Umfang, **wann** und **wie** die Online Service Portale sich im Markt etablieren werden.

35 % der Autofahrer, die sich im Internet zum Thema Auto informieren, haben gezielt nach Werkstätten, Auto-Service und Montage gesucht.

Können Sie sich vorstellen Karosserie- und Lackarbeiten online zu buchen wenn dies genauso einfach wäre, wie das Buchen von Hotels und Flügen?



Inhalte des Reports

1. Die Ergebnisse der Autofahrerbefragung.

Die allgemeine, private Internetnutzung z.B.

- Häufigkeiten von Interneteinkäufen nach 9 Waren- und 5 Dienstleistungskategorien
- Gründe für den Interneteinkauf (allgemein vs. Artikel/ Dienstleistungen rund ums Auto)
- Allgemeine Internetausgaben für Waren und Dienstleistungen innerhalb der letzten 12 Monate vs. zukünftige Plankäufe

Der Autoservice-Typus im Offline Market

- Einschätzung des Autoservice-Typus / Autoservice-Verhaltens
- Bevorzugter Vertriebsweg differenziert nach Servicearbeiten
- Jährliche Ausgaben für Reparaturen

Internetnutzung rund ums Auto

- Internet-Nutzungsverhalten nach Serviceleistungen und Produktgruppen von der Information bis zum Kauf
- Einholung von Informationen vor Ort für den späteren Internetkauf

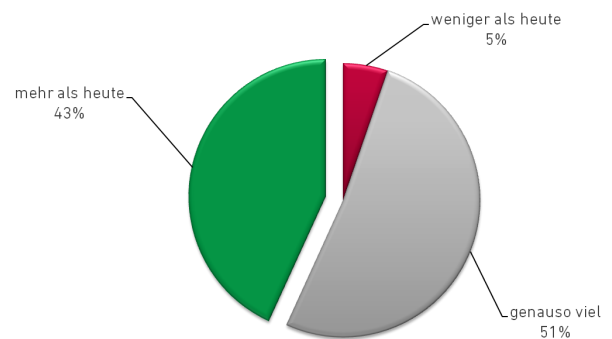
Autoservice-Online-Marktplätze

- Bekanntheit und Nutzung der wichtigsten Portale und web shops rund ums Auto
- Bevorzugung unterschiedlicher Online Autoservice Geschäftsmodelle
- Einschätzung über die zukünftigen Nutzungspotentiale, differenziert nach fünf unterschiedlichen Autoservice-Dienstleistungen.
- Bewertung von Anforderungskriterien der Autofahrer an den Online-Marktplatz

2. Analyse

der Marktchancen der Online Service Portale in unterschiedlichen Szenarien hinsichtlich ihrer Relevanz für den Autofahrer, die Werkstätten, den Teilegroßhandel und für Teile- und Autohersteller.

Glauben Sie, in den nächsten Jahren im Internet mehr oder weniger für Dienstleistungen auszugeben?



Methodik:

Befragt wurden im August 2012 im Rahmen einer Online Stichprobe 1.062 Autofahrer zum Thema „heutiges und zukünftiges Service- und Reparaturverhalten in Anbetracht der neuen, innovativen Autoservice-Online-Marktplätzen.

Die Befragung bezog sich auf den persönlich genutzten PKW und wurde vornehmlich bei wartungsverantwortlichen Autofahrern durchgeführt. Die Ergebnisse wurden gefiltert nach Servicearten, Online-Affinität, PKW-Markencluster, PKW-Alter, Haushaltseinkommen, Ortsgrößeklassen.

AFTER SALES GOES ONLINE

und mehr...

Was wir Ihnen sonst noch für Ihre zukünftigen Online-Aktivitäten anbieten können:

Konzept & Beratung

Welche Geschäftsmodelle bieten sich an?

Welche Potenziale erschließt Ihnen das Web?

Wie integrieren Sie das Kundenrouting für Ihre Werkstattpartner?

Wie vernetzen Sie Ihre Online-Aktivitäten mit Ihren bisherigen Verkaufskonzepten?

Wie vermeiden Sie offline Kannibalisierungseffekte?

Welche Kosten & Rentabilitäten erwarten Sie?

Research/Monitoring/Screening

Preis-Check (Online Preisanalysen)

Benchmark-Check (Was leisten Ihre online Wettbewerber?)

Verkaufs-Check (Abverkaufsanalysen nach Kategorien)

Training/Workshops/Vorträge

Fit for online (vom Einführungs- bis zum Profiwissen)

Strategie online workshops

Koordination und Umsetzung

Bei Bedarf unterstützen wir Sie in allen Umsetzungsfragen mit einem leistungsstarkes Aftersales-Experten-Netzwerk. Online erfahren Software, Logistik-, Rechts- und Marketingspezialisten helfen Ihnen, schnell und unkompliziert zu guten Ergebnissen zu gelangen.

Software

Professionelle Softwareunterstützung

Warenwirtschaftsintegration und TecDoc Nutzung

Installation und betriebliche Unterstützung

Einweisung und Usertraining

Recht

Hilfestellung bei AGB, Fernabsatzgesetz, Gewährleistung

Social Media

Expertise- und Hilfestellung von Social Media Experten

Marketing

Unterstützung bei Marketing- und Verkaufssupport für Ihre online Aktivitäten

wolk after sales experts gmbh

TechnologiePark
Friedrich-Ebert-Straße
51429 Bergisch Gladbach
Germany
phone +49 (0) 2204 8425 36,
Fax +49 (0) 2204 8425 29
Contact:
Jan Frölich, Antti Wolk
Jan.froelich@wolk-aftersales.de,
antti.wolk@wolk-aftersales.de
www.wolk-aftersales.com

wolk after sales
experts