

PRESSEMITTEILUNG

5 Empfehlungen zur Digitalisierung im Autohaus

- Das zunehmende Online-Konsumverhalten potenzieller Autokäufer bringt die Automobilbranche in Zugzwang
- Anpassung des Marktes durch technologische Lösungen und neue Trends
- finanzcheckPRO stellt hilfreiche Strategien für eine erfolgreiche Digitalisierung vor

Hamburg, 27.11.2017 – Die digitale Transformation hält auch für Autohäuser viel Potential bereit für mehr Wachstum und Absatz. Bei richtigem Einsatz ermöglichen digitale Technologien stationären Autohäusern, mehr Kunden zu gewinnen und die bestehenden Zielgruppen zu erweitern.

Das Konsumverhalten der Kunden hat sich mit dem Einzug von Smartphones und Tablets in fast jedem Haushalt über die letzten Jahre maßgeblich verändert. Für Autohäuser stellt sich dadurch zunehmend die Frage, wie sie potenzielle Autokäufer am besten erreichen und welche zusätzlichen Services nötig sind, um den veränderten Bedürfnissen der Zielgruppe gerecht zu werden.

Marcel Neumann, Automotive Experte bei finanzcheckPRO, zeigt mit den folgenden fünf Empfehlungen, wie die Digitalisierung in Autohäusern gelingt.

1. Durch Online-Verkauf von Autos den Absatz erhöhen

Potenzielle Autokäufer beschäftigen sich mit der Anschaffung eines Pkws vornehmlich am Wochenende. Autohäuser können sich dieses Verhalten zunutze machen, indem sie Autos im Fuhrpark dank neuer Technologien online direkt mit einem Finanzierungsangebot und einer Kaufoption anbieten. Somit wird aus dem sonntäglichen Schautag ein Kauftag.

2. Erhöhter Kundenkomfort durch Lieferung bis vor die Haustür

Zahlreiche potenzielle Autokäufer verzichten heutzutage auf eine detaillierte Beratung und bevorzugen stattdessen die schnelle und anonyme Online-Konfiguration des zukünftigen Traumwagens. Im Idealfall wird das Auto dann auch noch bis direkt vor die Haustür geliefert. In den USA hat sich dieser Trend bereits etabliert.

Besonders Autohausketten können überregional Fahrzeuge bis vor die Haustür des Kunden liefern. Auch in Deutschland steigt die Nachfrage nach diesem Service.

3. Mit Location-based-Services und Rezensionen potenzielle Käufer erreichen

Location-based-Services, wie zum Beispiel Foursquare oder Google My Business, eignen sich auch für Autohäuser besonders gut, um ihre Zielgruppe zu erreichen. Neben Fotos und Videos aktueller Automodelle können über Location-based-Services auch weiterführende Informationen oder Mitteilungen geteilt werden. Rezensionen, wie sie beispielsweise Google anbietet, helfen potenziellen Käufern bei der Wahl des richtigen Autohauses und stärken das Vertrauen bei bestehenden und zukünftigen Käufern.

4. Der Autoverkäufer der Zukunft ist verstärkt Marketing-affin

Potenzielle Autokäufer machen sich bereits lange vor der eigentlichen Anschaffung Gedanken um den zukünftigen Wagen. Hierfür informieren sie sich, anders als noch vor ein paar Jahren, vorwiegend online. Dieses veränderte Verhalten kann der Autoverkäufer nutzen und den Kunden durch aktives Content Marketing informieren und an sich binden. Bestandskunden-Mailings, ein Blog, WhatsApp-Chats oder unterhaltsame Social Media-Kanäle können wirksame Mittel zum Zweck sein.

5. Volle Transparenz durch Finanzierungsvergleich

Besonders Millennials vergleichen gerne, bevor sie sich zum Kauf entschließen. Eine Finanzierung direkt über das Autohaus anstatt über die Hausbank ist in diesem Fall empfehlenswert. In der aktuellen Niedrigzinsphase und den vorherrschenden Herausforderungen im Bankenumfeld ist es sowohl sicherer als auch smarter, mehr Banken in einem Portal zu überblicken und nach den individuellen Bedürfnissen vergleichen zu können.

Der Automarkt wird sich auch in den kommenden Jahren durch die fortschreitende Digitalisierung weiterhin stark verändern. Autohäuser müssen sich dementsprechend weiterentwickeln und ihren Kunden digitale Alternativen zu traditionellen Geschäftsmodellen bieten, um den veränderten Bedürfnissen gerecht zu werden.



Über finanzcheckPRO

finanzcheckPro ist ein Tochterunternehmen des Online-Kreditportals FINANZCHECK.de. Das Hamburger Unternehmen stellt Finanz- und Handelspartnern über verschiedene Kooperationsmodelle seine Technologie zur Verfügung. Der Fokus liegt hierbei auf dem Bereich der Ratenkredite.

FINANZCHECK.DE

Über FINANZCHECK.de

FINANZCHECK.de mit Sitz in Hamburg ist das am stärksten wachsende Online-Kreditvergleichsportal in Deutschland. Der Gewinner des BankingCheck Awards als bestes Kreditportal sowie des Focus Wachstumschampions 2017 zählt mittlerweile bereits 210 Mitarbeiter im Team und ist unter den TOP 5 FinTechs Europas. Das Technologieunternehmen mit unabhängiger Beratungskompetenz unterstützt seine Kunden bei der Suche nach der optimalen Finanzierung für Ihre privaten Wünsche - sei es ein Auto, eine neue Einrichtung oder eine clevere Umschuldung.

Pressekontakt:

Melanie Weimann

Account Manager

030 257 6205 - 260

finanzcheck@piabo.net