

INSIKTSRAPPORT FRÅN WAYKE

Kundresan mot en ny bil.



Trygga bilköp från Sveriges bilhandlare

Vårt viktigaste löfte är att vi ska vara lyhörda och närvarande för branschen. Wayke ska vara ett modernt företag som ligger i framkant och hjälper branschen i den digitala transformationen.

Vårt löfte till konsumenterna är att erbjuda trygga, enkla och smarta tjänster som hjälper människor att upptäcka, köpa och sälja bil. Wayke har ett relevant utbud av kontrollerade bilar från seriösa säljare och erbjuder en digital kundupplevelse i världsklass.

Vi har ytterligare ett löfte: Att vara ett företag som förser sina kunder med data och insikter.

Vi är därför väldigt glada att kunna dela med oss av denna rapport över kundens resa vid bilköp. **Trevlig läsning!**



Innehåll

1. Inledning
2. Ord från VD
3. Kundens resa – steg för steg
 - Bakgrund
 - Vilken bil passar mig?
 - Vilken bil är bäst?
 - Har jag råd?
 - Var köper jag bilen?
 - Får jag en bra deal?
4. Generell statistik för besökare hos Wayke
5. Intervju – Begagnatgarantier
Johan Carlsson, Volvo Cars
6. Intervju – Så funkar Köp
Online hos Söderbergs Bil
7. Så här jobbar Wayke



NÅGRA ORD FRÅN WAYKES VD

Tunn is blev starten på Waykes resa

Den 1 juni 2017 hade jag lämnat en trygg tillvaro och stod med darrande ben på Kristianstads Stadshotell. Jag hade längtat efter tunn is under fötterna och nu hade jag fått det. Den tunna isen var Wayke.

Publiken framför mig var en samling bilhandlare från Blekinge och Skåne. Mitt uppdrag var att övertyga dem att se och tro på samma vision som vi – att branschen behöver en egen marknadsplats och en digital partner i framkant.

Sex månader tidigare hade visionen skissats ner på en servett, kapitalet hade säkrats och den första kodsträngen skrivits. Gick allt som vi tänkt oss? Nej, långt ifrån. Några saker blev mycket bättre, några saker blev sämre och var långt mycket svårare än vi kunnat föreställa oss.

200 hotellnätter, ett 1000-tal fysiska och digitala möten och några tusen mil på vägarna senare kan vi konstatera en sak. Den största avvikelsen från skissen på servetten var tidsaspekten. Vi hade underskattat hur lång tid det skulle ta och hur mycket tid som skulle krävas från var och en av oss.

Men däremot har vi lyckats hålla vårt kanske viktigaste löfte, att vi ska vara lyhörda och närvarande för branschen.

Wayke ska vara ett modernt företag som ligger i framkant och hjälper branschen i den digitala transformationen.

Det känns därför väldigt bra att Wayke har den positionen idag, när branschen och samhället genomgår en av sina största utmaningar någonsin. Vi har tekniken på plats som ökar chans till affärer. Plötsligt känns inte isen lika tunn längre.

Det som är mest utmanande (och roligt!) för Wayke är att vi har två kundgrupper, både handlarna och bilköparna. Ofta känns de otroligt skilda åt, men båda är helt beroende av varandra och det som håller dem samman är kundresan för att köpa sin nya bil.

Vi har pratat om kundresan sedan stadshotellet i Kristianstad för snart tre år sedan. Vi ser hur den ständigt förändras och på sista tiden i en enorm hastighet. Förmodligen kommer förändringen vara det nya normala, vare sig man vill eller inte.

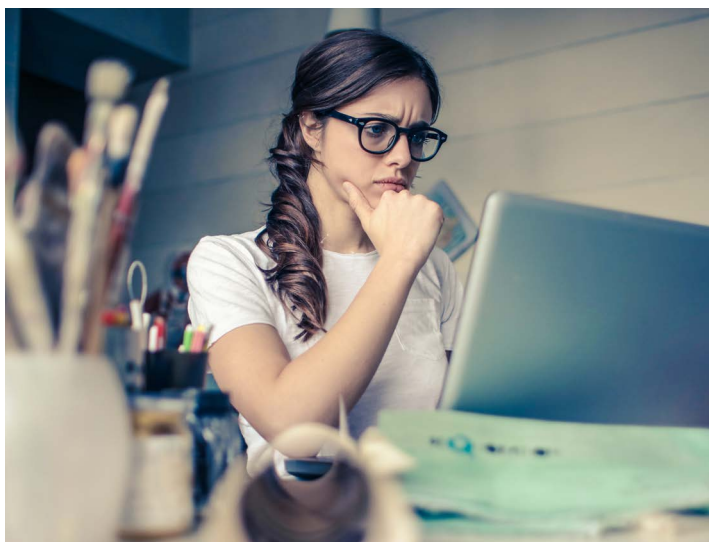
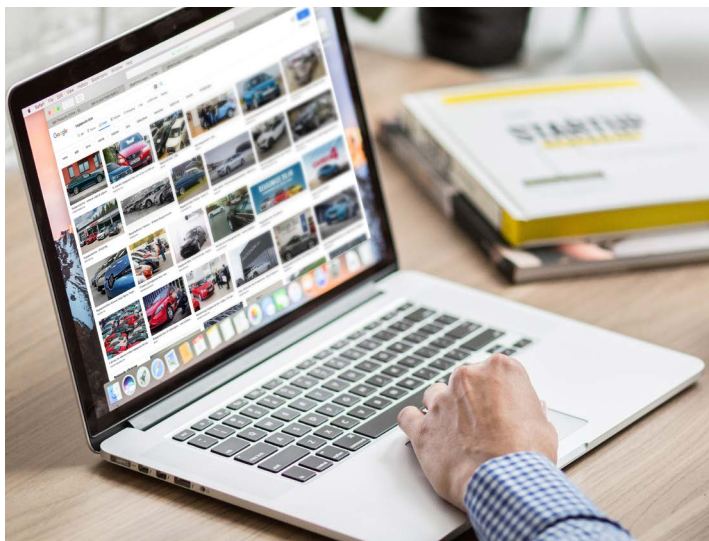
*Martin Fransson,
VD Wayke*



Wayke guidar dig genom en modern kunds resa

Över hälften av de konsumenter som ska köpa bil är osäkra på vilken bil de ska köpa. Många börjar med att fråga någon i sin närhet som de litar på och som är kunnig på bilar. Det kan ske i form av att man kontaktar en släkting eller vänder sig till olika bloggar eller forum.

Här kommer våra insikter om kundresan – Häng med!



KUNDENS RESA

Bakgrund

Researchfasen inför ett bilköp pågår ofta upp till tre månader. Undersökningar visar att en konsument under denna period gör cirka 900 digitala interaktioner.

Hen gör olika sökningar, tittar på videor och bilder och besöker marknadsplatser, återförsäljare och biltillverkares hemsidor.

En typisk kundresa består av fem faser. För att vara relevant som handlare är det viktigt att kunna anpassa sin kommunikation beroende på vilken fas konsumenten befinner sig i, för att på så sätt vara relevant.

På Wayke arbetar vi löpande med att öka förståelsen för hur olika kundresor ser ut för att vid rätt tillfälle hjälpa konsumenten i sin resa mot en ny bil.



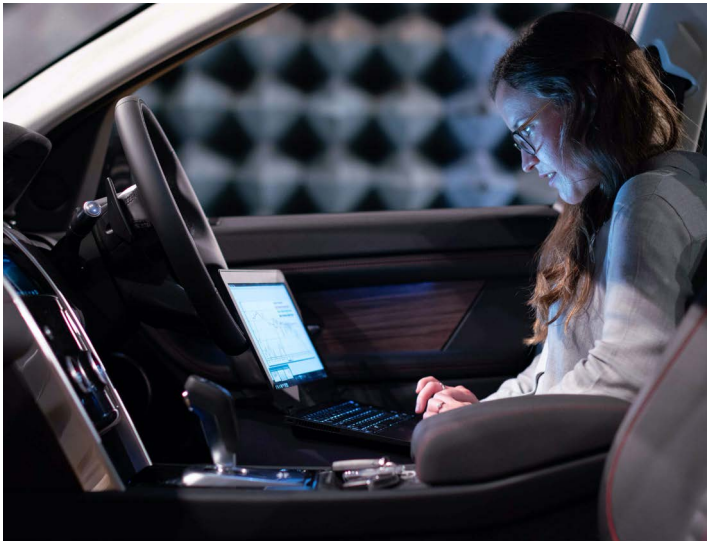
KUNDENS RESA

Vilken bil passar mig?

Den digitala kundresan när man letar efter bil börjar ofta väldigt brett.

Man gör ofta "breda" sökningar på diverse sökmotorer som exempelvis Google som syftar till att definiera det behov man har.

Blivande föräldrar söker kanske efter "*bästa familjebilen*" eller studenten som precis flyttat till storstaden för att börja arbeta söker efter "*bästa stadsbilen*".



KUNDENS RESA

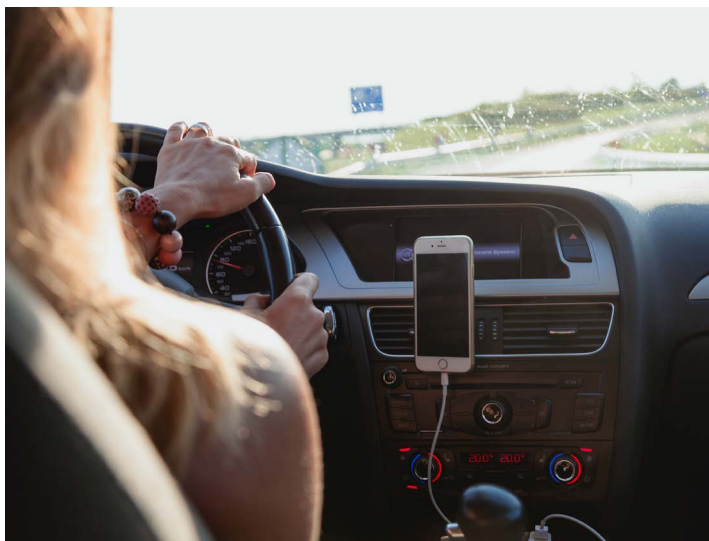
Vilken bil är bäst?

Nu har kunden kommit något längre i sin research-fas och har troligen bildat sig en bättre uppfattning kring vad som definierar till exempel den bästa familjebilen.

Nu börjar hen väga olika praktiska delar mot varandra och sakta men säkert tonar sig en kravlista fram. I denna fas landar kunden ofta i frågeställningar som:

- Hur många säten behöver jag i bilen?
- Hur stort bagageutrymme är det i en given modell?
- Får jag verkligen plats med barnvagnen?

Konsumenternas sökbeteende online avslöjar en hel del om var i kundresan de befinner sig.



KUNDENS RESA

Har jag råd?

I nästa steg börjar det funderas kring A och B, vad hen har råd med och hur köpet bör finansieras.

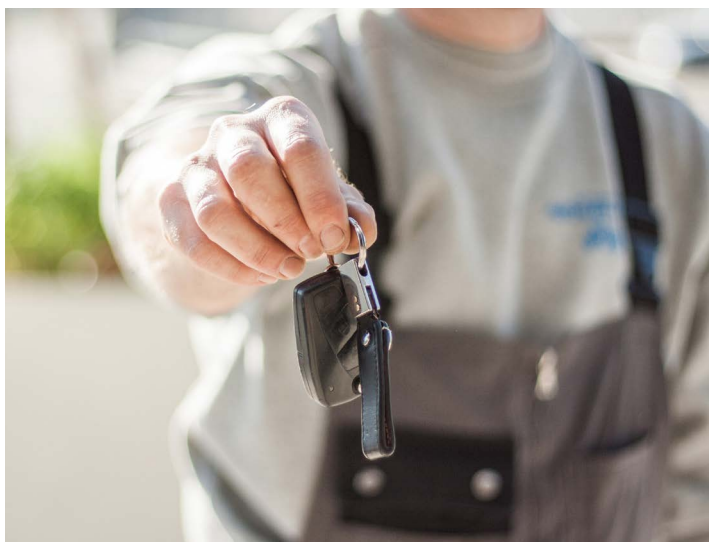
Här är det inte helt ovanligt att kunden söker efter: *Vad kostar model X, eller bästa priset för model Y.* Hen kanske också funderar kring finansiering av sin bil, exempelvis *Hur fungerar privatleaseing?* Eller vad är viktigt att tänka på vid ett bilån?

Många konsumenter har redan en bil som man kanske vill bli av med och man besöker därför en rad hemsidor där man kan värdera sin nuvarande bil. Återigen avslöjar kundens sökningar mycket kring var i sin researchfas de befinner sig.

Bilhandlarna som lyckas bäst med sin digitala försäljning vet och skräddarsyr sina erbjudanden efter just detta.



Wayke har utförliga guider för hur kunden finansierar sitt bilköp på bästa sätt



KUNDENS RESA

Var köper jag bilen?

Även om stora delar av kundens researchfas sker online så är det fysiska besöket hos bilhandlaren fortfarande otroligt viktigt.

Trenden de senaste åren är tydlig, antalet sökningar online som relaterar till att hitta en fysisk bilhandlare ökar för varje år.

Med det sagt så är det väldigt viktigt att man som handlare syns för konsumenten i denna fas. Här blir handlarens egen hemsida en väldigt viktig kanal.

3 mån
från start
till köp

139
sökningar



89
bilder



14
videor



14
varumärken
granskade



6
varumärken
utvalda



KUNDENS RESA

Får jag en bra deal?

Även om det är vid det faktiska besöket hos bilhandlaren som det diskuteras pris och erbjudande, så tillbringas en hel del tid på nätet innan för att hitta just det bästa priset och erbjudandet.

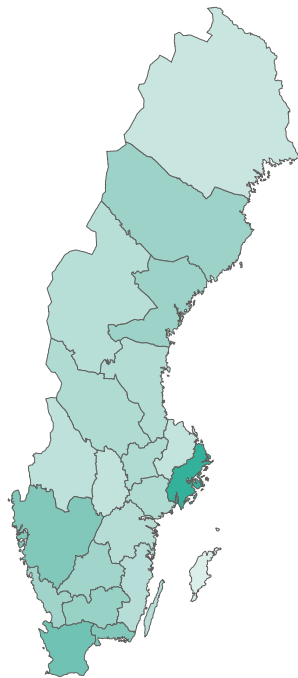
Konsumenten kan exempelvis besöka olika forum för att skapa sig en uppfattning vad man bör betala för en viss typ av bil.

En typisk kundresa varar i ca 3 månader. Under den perioden kommer konsumenten ha gjort cirka 139 Google-sökningar, sett 14 Youtube-videor och tittat på i snitt 89 olika bilder. Hen kommer att ha varit i kontakt med 14 olika varumärken och kommer utvärdera 6 av dessa innan hen tar slutgiltigt beslut.

Källa: Think with Google

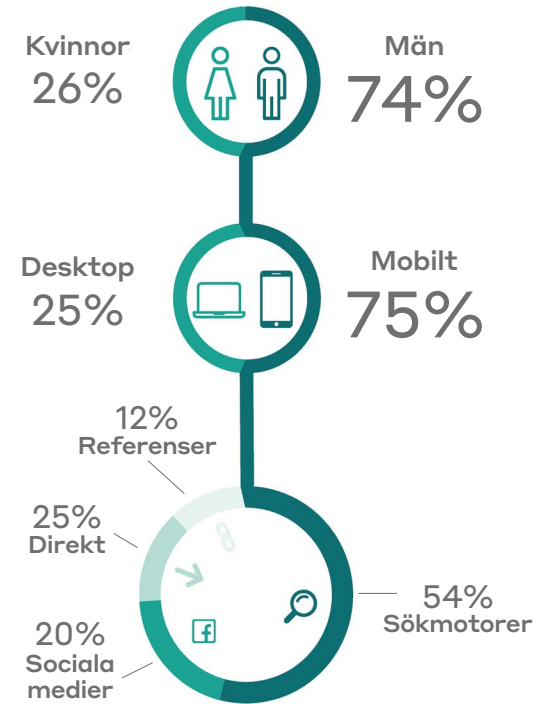
Generell statistik för besökare hos Wayke

Geografisk fördelning



Län	Trafik	Trafik (Viktad population län)
Stockholms län	35,25%	9,54 %
Skåne län	15,07%	7,03 %
Västra Götalands län	17,20%	6,40 %
Blekinge län	1,60%	6,38 %
Kronobergs län	1,68%	5,35 %
Västernorrlands län	2,00%	5,21 %
Västerbottens län	2,20%	5,19 %
Hallands län	2,59%	4,99 %
Jönköpings län	2,78%	4,90 %
Västmanlands län	1,84%	4,26 %
Dalarnas län	1,91%	4,25 %
Södermanlands län	1,97%	4,24 %
Gävleborgs län	1,87%	4,16 %
Östergötlands län	2,94%	4,05 %
Kalmar län	1,54%	4,02 %
Jämtlands län	0,81%	3,97 %
Värmlands län	1,61%	3,64 %
Örebro län	1,65%	3,47 %
Uppsala län	2,03%	3,42 %
Norrbottnens län	1,25%	3,20 %
Gotlands län	0,22%	2,33 %

Fördelning kategorier



BESÖKARENS BETEENDE INNAN KONTAKT MED HANDLAREN



3 Besök vid olika tillfällen



4 sökningar



6 annonsbesök



7 interaktioner

Vanligaste sökningarna per kategori

Kategori Andel (%)

Tillverkare	28%
Serie/Modell	23%
Årsmodell	11%
Karta	7%
Växellåda	5%
Mätarställning	5%
Drivmedel	4%
Pris högst	4%
Garantipaket	4%
Kaross	2%
Hästkrafter	2%
Drivhjul	2%
Färg	1%
Återförsäljare	1%
Pris lägst	1%

Serie/modell Andel (%)

V60	20%
XC60	19%
V90	15%
Golf	10%
XC90	8%
V40	7%
Passat	6%
XC40	5%
A6	5%
V90 Cross Country	5%

Växellåda Andel (%)

Automat	91%
Manuell	9%

Drivhjul Andel (%)

Fyrhjulsdrift	91%
Framhjulsdrift	8%
Bakhjulsdrift	1%

Tillverkare Andel (%)

Volvo	41%
Volkswagen	14%
Audi	13%
BMW	11%
Mercedes-Benz	8%
Skoda	3%
Toyota	3%
Ford	3%
Porsche	3%
Kia	2%

Färg Andel (%)

Svart	22%
Grå	17%
Blå	15%
Vit	15%
Silver	13%
Röd	6%
Brun	4%
Grön	3%
Orange	3%
Beige	2%

Årsmodell Andel (%)

2018	23%
2017	22%
2019	17%
2016	13%
2015	8%
2014	5%
2020	4%
2013	3%
2012	2%
2010	2%

Kaross Andel (%)

Kombi	36%
SUV	23%
Sedan	14%
Halvkombi	9%
Coupé	6%
Cabriolet	3%
CUV	2%
Skåpbil	2%
MPV	2%
Pickup	2%

Drivmedel Andel (%)

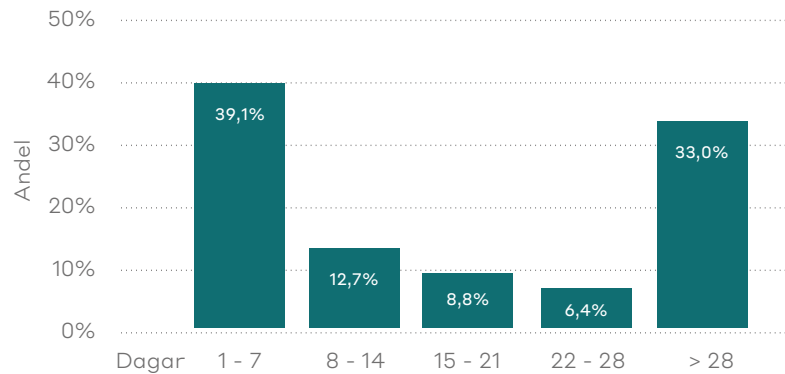
Diesel	43%
Bensin	31%
Laddhybrid	14%
Elhybrid	5%
El	3%
Bensin/Naturgas (CNG)	2%
Bensin/E85	1%

Högsta pris (SEK) Andel (%)

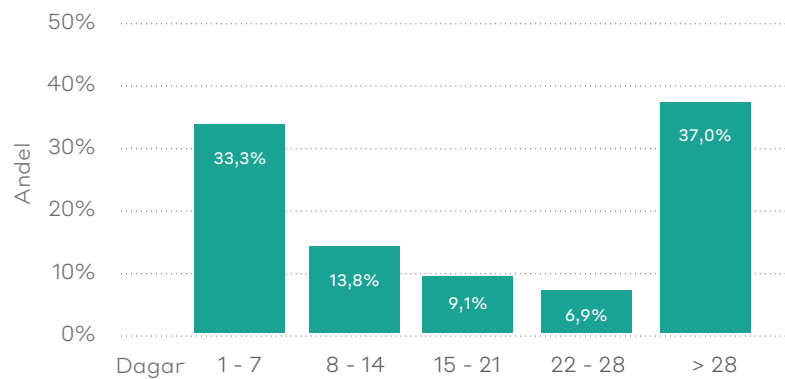
200 000	18%
300 000	17%
250 000	11%
150 000	10%
350 000	10%
100 000	8%
251 000	6%
400 000	6%
50 000	6%
230 000	6%

Statistik – Kontaktvägar och ledtid

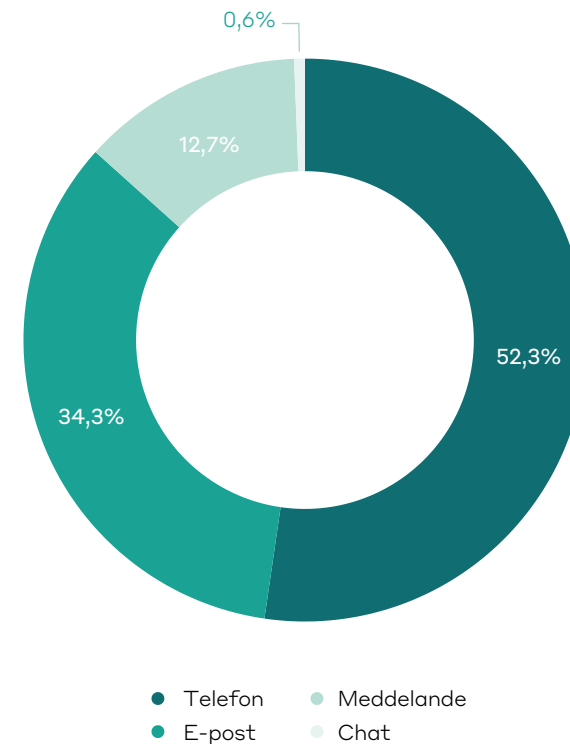
Antal dagar från publicering till konvertering



Antal dagar från publicering till sålt objekt

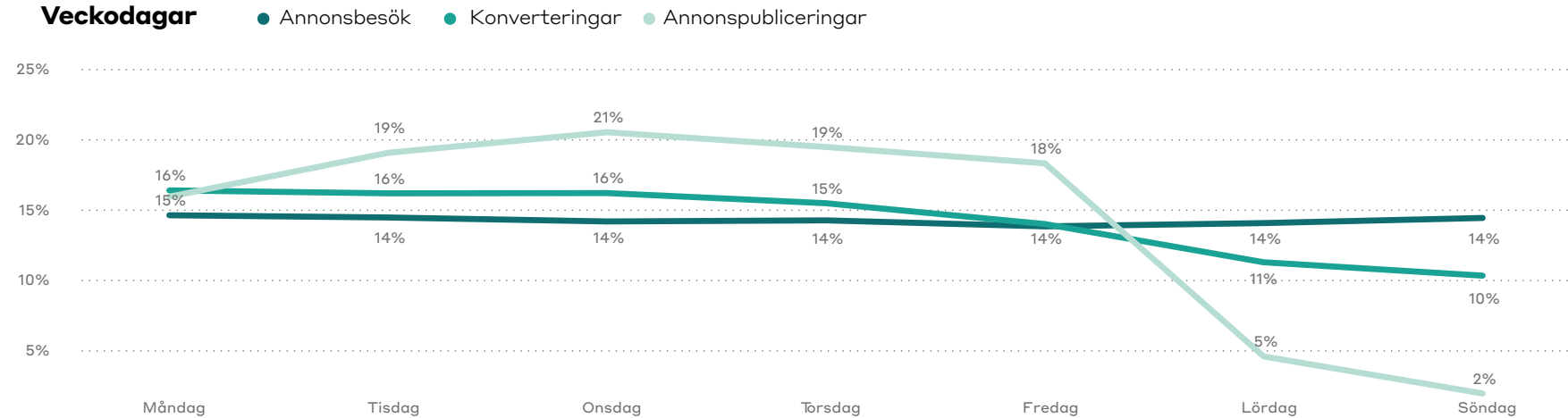


Konvertering per kontaktväg

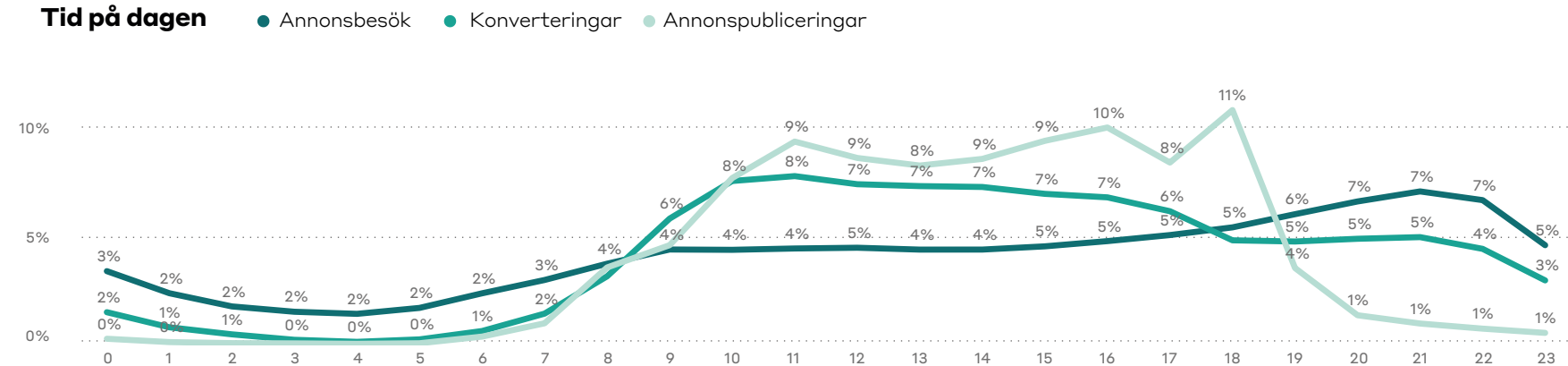


Statistik – Dagar och klockslag

Veckodagar

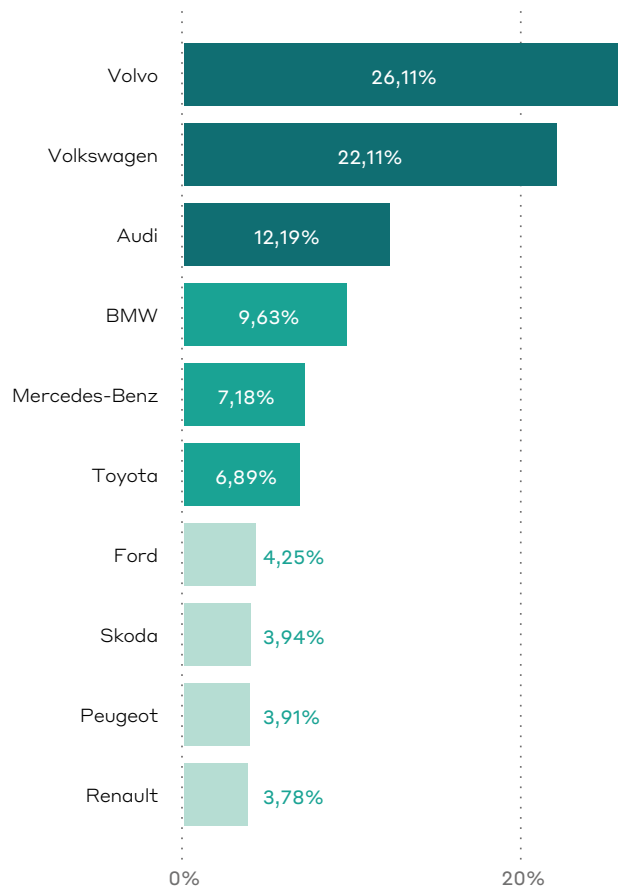


Tid på dagen

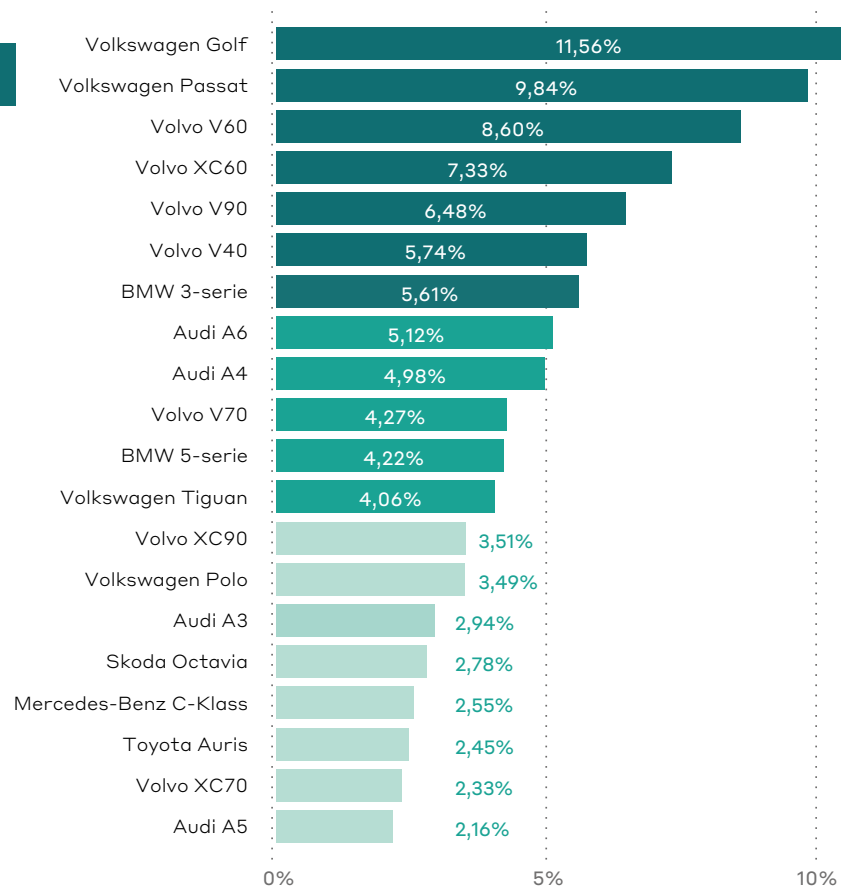


Statistik – Konverteringar

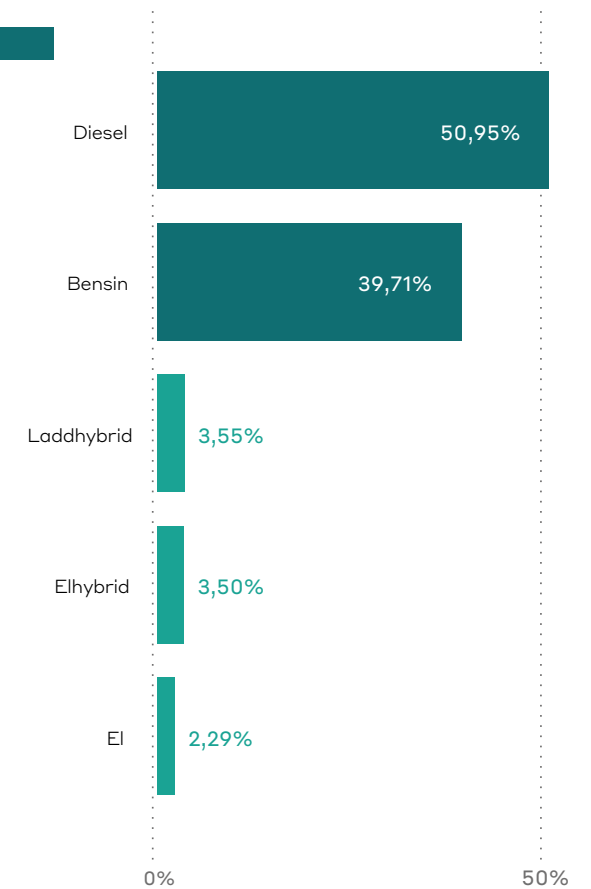
Per tillverkare (Topp 10)



Per serie/modell (Topp 20)



Per drivmedel (Topp 5)



Hur viktiga är begagnatgarantierna?

När Wayke frågar sina besökare vad som får dem att känna trygghet vid ett bilköp stavas det garantier. När nu även bilbranschen tar stora digitala kliv och erbjuder sina bilar att klickas hem online blir trygghetsfrågan ännu viktigare.

Sneglar man på länder som ligger långt före Sverige i online-köp av bil ser vi att man pratar om unika garantier, "Life Time Warranties" och certifierade bilhandlare. Vi ser också att man kommit väldigt långt i hur man presenterar den unika bilen och att man tagit frågan om att vara transparent på stort allvar.

På hemmaplan finns en rad olika paketeringar ute på marknaden och vi tänkte djupdyka lite i frågan kring garantier och trygghet tillsammans med en riktig expert, tillika Waykes partner, Johan Carlsson, Head of Used Car Operations på Volvo Cars Sverige.

Vad tror du blir viktigast för bilhandeln i den digitala omställningen för att kunderna ska känna den trygghet som de efterfrågar?

Jag tror att det är väldigt viktig att vara transparent mot kunden. Det innebär att man är tydlig med vad som ingår i en begagnatgaranti, varudeklaration (VDN), testprotokoll och eventuella

mindre skador. Jag tror också på att vara tydlig med att det faktiskt inte är en ny bil kunden köper och att vissa mindre skador kan accepteras i relation till ålder och miltal.

Hur viktig är garantipaketeringen för begagnataffären egentligen?

Den är enormt viktig, då den skapar en trygghet för kunden. När köpen av begagnade bilar blir ännu mer digitala så är garanti nästan ett krav för att lyckas. Sedan kan man förstå diskutera längd och innehåll, men jag tror att kraven på tydliga och bra garantier kommer att öka från kunderna.

Jag menar, vi vänjer våra kunder vid bekymmersfritt ägande kring våra nya bilar, varför skulle då kunden vilja ha det annorlunda när de köper en begagnad bil?

Hur jobbar Volvo Cars med att stärka hela ekosystemet för handlaren?

Vi har en stor fördel att ha ett sådant starkt ekosystem som vi har på Volvo. I stort sett alla diskussioner vi har utgår alltid från handlaren och vi försöker alltid anpassa oss efter den situation som råder här och nu.

Ett exempel på detta är kampanjen som pågår just nu där Volvia, Volvofinans Bank och Volvo Cars

Sverige samarbetar för att lansera Köp Online på Wayke. Detta gör vi för att öka försäljningen av våra handlares lagerbilar, där kunden förutom bilen också kan hantera sitt inbyte, klicka hem finans och försäkring och även få bilen hemlevererad.

Vårt starka ekosystem är också en stor fördel i till exempel Volvo Selekt där kunden kan vända sig till vilken handlare som helst för att få ett eventuellt fel på bilen lagat.

Tror du att Sverige kommer att följa trenden med långa garantier och certifierade handlare?

Absolut! Vi är ju redan där via Volvo Selekt och Volvo kommer fortsätta öka satsningen på begagnat. Nästan alla svenska Volvohandlare är idag Selekt-certifierade och den längsta Selekt-garanti vi erbjuder på en begagnad bil kan, vid rätt förutsättningar, vara så lång som 36 månader och 13 000 mil.

Vi lär kunden, via privatleasing, att det är enkelt att äga bil. De kraven kommer kunden att ta med sig till sitt nästa begagnatköp och då gäller det att vi levererar.



Johan Carlsson,
Volvo Cars Sverige

Onlineköp i framkant hos Söderbergs Bil

Bilbranschen närmar sig successivt en kundresa som är helt digital. Undersökningar som Wayke gjort visar att fler och fler kunder nu blir redo att klicka hem sin bil, under förutsättning att den är transparent presenterad och gärna innehåller garantier.

Under hösten lanserade Wayke tjänsten Köp Online. Redan i första versionen kunde besökaren hantera sitt inbyte, välja finansieringsform och försäkring med sin faktiska månadskostnad redan uträknad. En av handlarna som varit med sedan start är Söderbergs Bil och vi tänkte ta pulsen på dem och höra hur de ser på online-köp av bil.

Hur var det att vara med i Waykes pilotgrupp för tjänsten Köp Online?

Det var väldigt spännande och lärorikt. Vi strävar alltid efter att ha en hög utvecklingstakt och det var väldigt roligt att få vara med och utforma produkten i ett så tidigt skede.

Ni har ju även Köp Online på er egen hemsida. Hur tänker ni om att jobba med Köp Online i flera kanaler?

För oss har det varit väldigt viktigt att kunna visa upp Köp Online i flera steg i kundresan, både när

man fortfarande söker brett och när man faktiskt bestämt sig för ett märke. Vår hemsida blir viktigare och viktigare, i takt med att de fysiska besöken minskar. Den måste alltid vara uppdaterad med ny teknik och rätt innehåll.

Hur har det varit att jobba med Waykes olika komponenter i detta?

Redan när Wayke lanserade valde vi att bygga vår lagersida på Waykes API:er. När vi sedan skulle implementera Köp Online-API:et var en stor del av jobbet redan på plats, så vi kunde med bara några timmars utveckling vara igång på egen hemsida, men ändå ha ett komplett flöde på plats.

Det som många såklart undrar över, säljer ni några bilar online ännu?

Ja, faktiskt! Vi har gjort ett 20-tal affärer online, både från egen hemsida och från Wayke. Det är kul att se att det finns så pass många kunder som är redo, men också hur väl detta tagits emot från våra säljare.

De kunder vi pratat med har varit otroligt nöjda med upplevelsen, särskilt de som fått bilen levererad ända hem. Då blir det på riktigt.

Vad tror du om framtiden för Köp Online för bilhandlarna?

Jag tror att det ganska snart blir en hygienfaktor att erbjuda detta i de kanaler som kunderna befinner sig i. Det kommer också sätta en helt ny press på branschen att bli transparenta och bra på att hitta olika typer av paketeringar som gör att kunden känner sig trygg.

När vi har det på plats tror jag att vi kommer se de verkligt stora kliven!



Joakim Wik, Söderbergs Bil

SÅ HÄR JOBBAR WAYKE

Köp Online i flera kanaler

Wayke har sedan start byggt funktionalitet som ska kunna återanvändas i flera kanaler, till exempel på egen hemsida, hos general-agenten eller en partner. Den egna hemsidan är det digitala skyltfönstret och en väldigt viktig plats i kundresan där kunden bildar sin uppfattning om handlaren.

Waykes Köp Online erbjuder, som enda produkt på marknaden, ett flöde som inkluderar hantering och värdering av inbytesbil, finansiering, försäkring & hemleverans. Funktionen skapades för att kunna möta besökaren under de olika faserna i

kundresan. Vi vet att köpet kan ske i olika faser och på olika ställen, därför är det viktigt att man finns där med en lösning när kunden är redo.

Idag hittar ni Waykes lösning på wayke.se, på *handlarens egen hemsida* samt *hos general-agenterna*, där man kan samla återförsäljarnätets lagerbilar i en shop. Samma bil kan alltså klickas hem på tre olika ställen, beroende på var kunden själv föredrar att göra sitt köp.

Det unika med Waykes lösning är att man här kan erbjuda sitt eget ekosystem av erbjudanden och

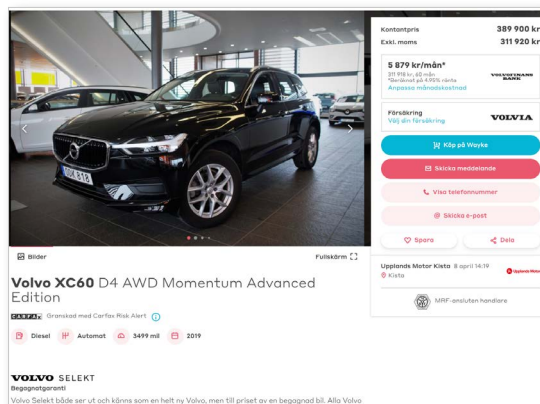
man väljer själv vilka partners man vill exponera. Dessutom kan kunden hantera sitt inbyte och välja att få bilen levererad ända hem.

Wayke optimerar och utvecklar nya lösningar kontinuerligt, så de som använder tekniken kan vara säkra på att hela tiden ha de senaste funktionerna.

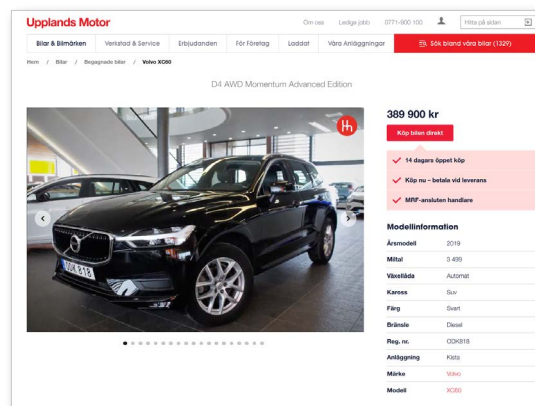
Det bästa av allt – hela ditt lager kan faktiskt bli tillgängligt för Köp Online på bara fem minuter.

Kontakta oss för mer information!

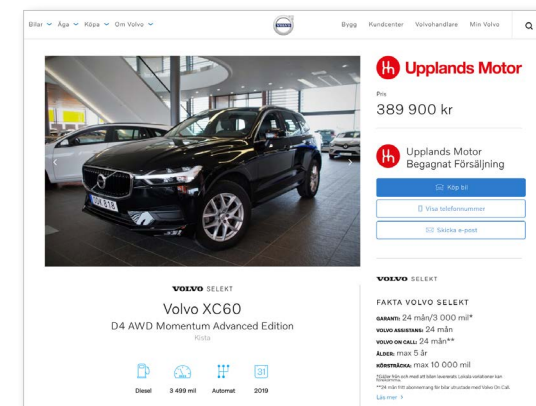
→ HOS WAYKE

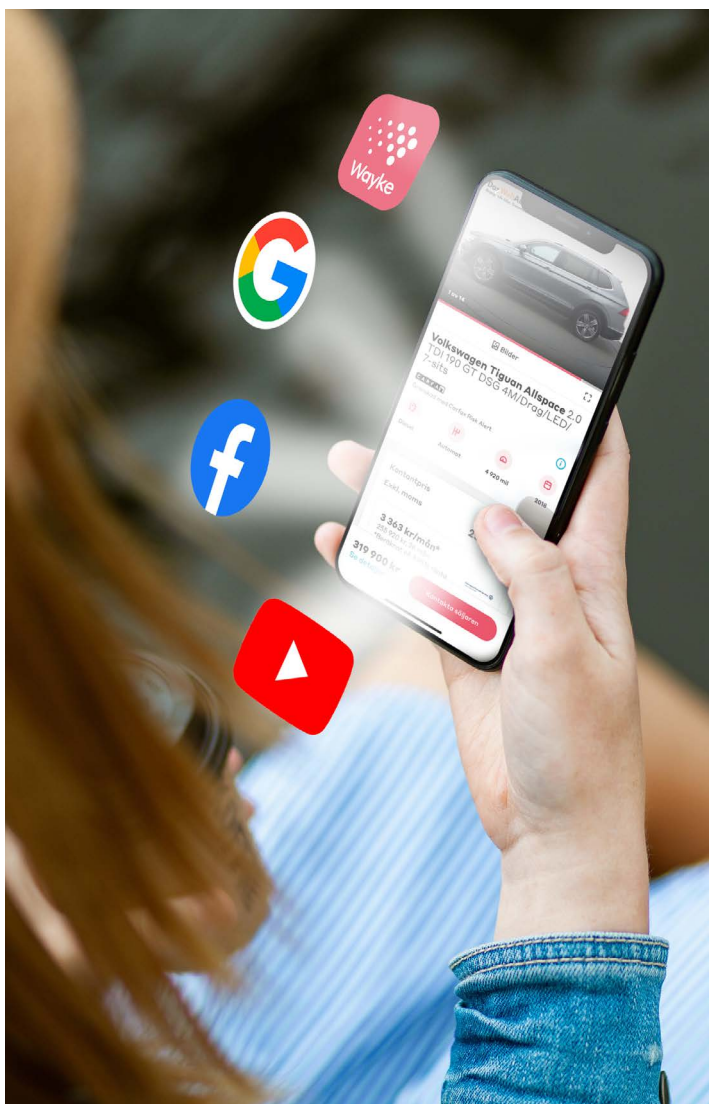


→ HOS BILHANDLAREN



→ HOS GENERALAGENTEN





SÅ HÄR JOBBAR WAYKE

Vi gör dig synlig för kunderna genom hela resan

Wayke arbetar aktivt för att bilhandlare skall finnas med hos kunden genom alla researchfaser.

Därför har Wayke utvecklat tjänsten *WXR – Wayke eXtended Reach*. Den syftar till att öka er synlighet på ett pricksäkert sätt genom hela kundresan.

Tack vare tekniska integrationer tillsammans med våra partners *Facebook*, *Google* och *Bonnier* kan handlare nå ut med sitt unika utbud och budskap.

Det bästa av allt? Det är helt automatiserat, Wayke sköter allt.

Vi vill hjälpa dig att sälja fler bilar online!



Kontakta oss på info@wayke.se
så pratar vi fler möjligheter för dig.



Trygga bilköp från Sveriges bilhandlare