

OLIVER WYMAN



22. September 2010

European Truck Customer 2010 Kundenerwartungen in der Nutzfahrzeugindustrie

In Zusammenarbeit mit:



Die European Truck Customer-Studie basiert auf einer Befragung von über 2.300 Nutzfahrzeug-Kunden in ganz Europa

OLIVER WYMAN

- ▶ Methode & Branchenexpertise



- ▶ Kundenzugang

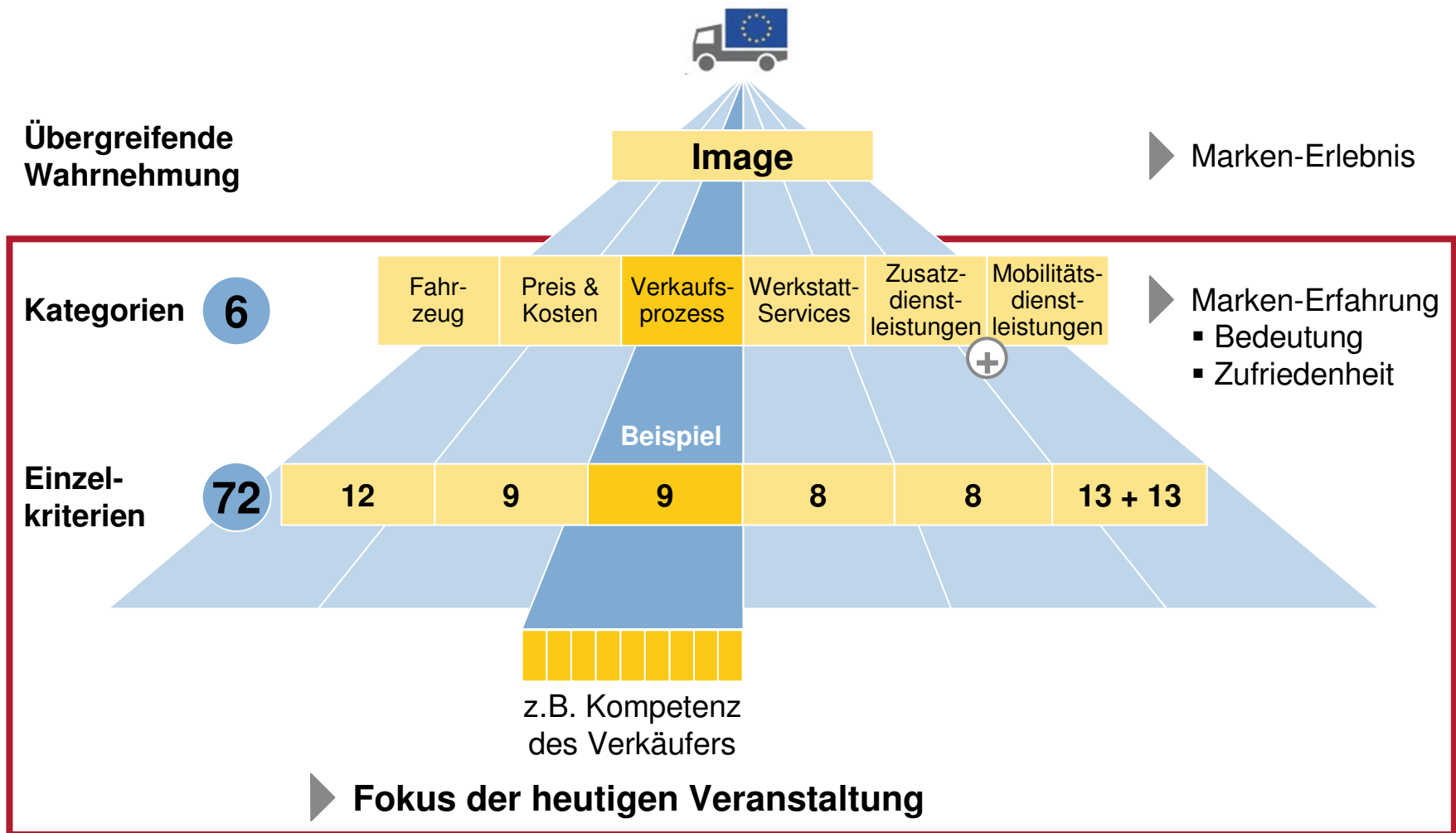


- ▶ Kommunikation

European 2010 Truck Customer

- 3. Oliver Wyman European Truck Customer-Studie
- Über 2.300 Kunden in 15 Ländern
- Befragung von Februar bis Mai 2010
- Erhebung von *Image* und *Erfahrung*

Die European Truck Customer-Studie 2010 liefert Einblicke in das Markenimage der OEMs sowie die Erfahrungen der Truck-Kunden

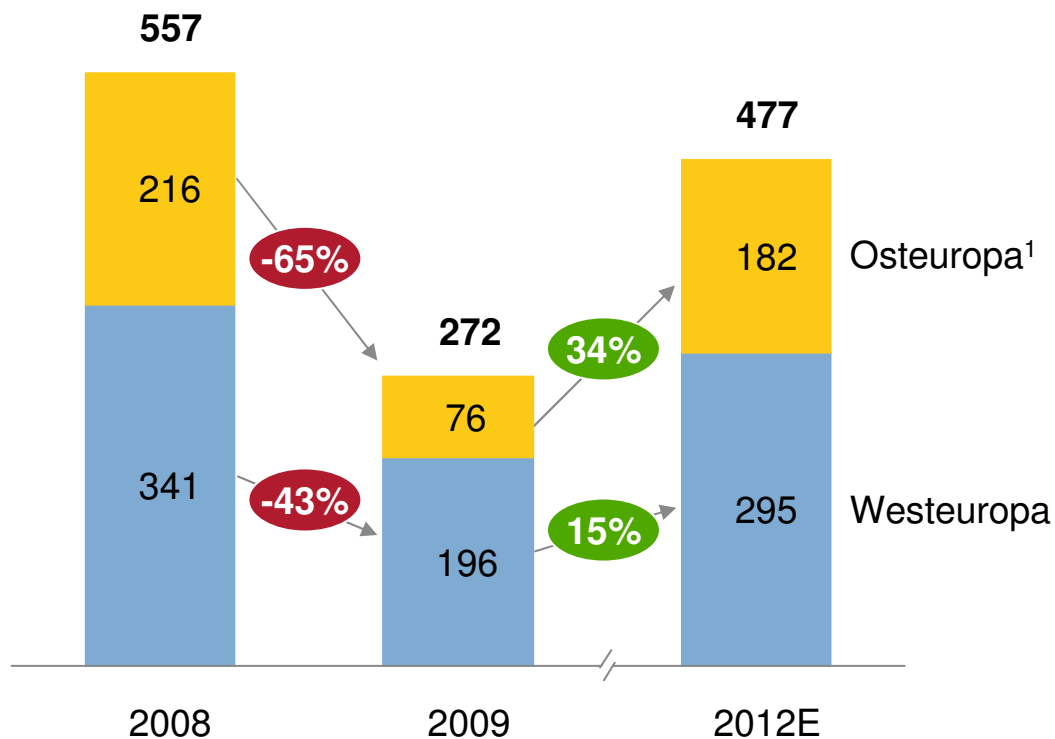



Quelle: European Truck Customer 2010, Oliver Wyman Analyse

Die European Truck Customer-Studie 2010 erfolgt vor dem Hintergrund eines historischen Markteinbruchs

Verkaufszahlen Europa

In Tsd. Einheiten; 6t+ (Quelle: JDPA)



 = CAGR

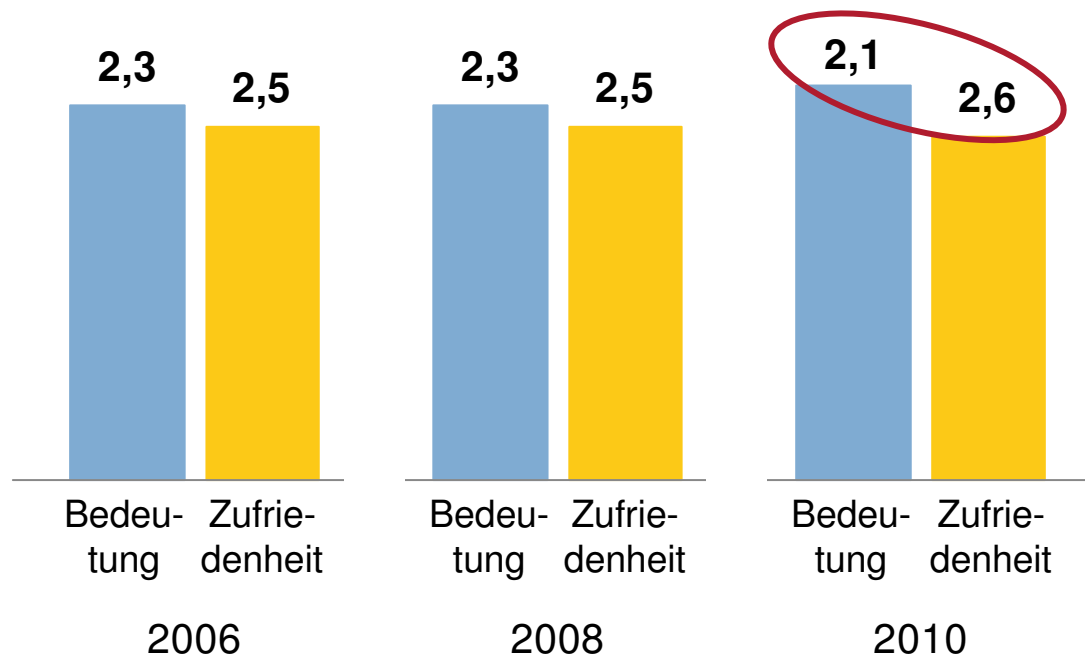
¹ Inkl. Russland und Türkei CAGR = Durchschnittliche jährliche Wachstumsrate
Quelle: JDPA

Überlegenes Kundenverständnis notwendig, um

- krisenbedingte Veränderungen der Bedürfnisse zu verstehen
- Marktanteilsgewinne im „Aufschwung“ zu erreichen

Die Krise schlägt sich in den Bewertungen der Kunden deutlich nieder

Gesamtbedeutung und -zufriedenheit mit den Leistungen der Hersteller Schulnoten 1-6, Durchschnitt, Deutschland



Gegenüber den Vorjahren sind die Kunden etwas anspruchsvoller, bei gleichzeitig etwas geringerer Zufriedenheit

Der LKW-Markt



Anmerkung: Durchschnitte über alle Einzelkriterien
Quelle: European Truck Customer 2010, Oliver Wyman Analyse

Bedeutung und Zufriedenheit variieren entlang der Wertschöpfungskette



Schulnoten 1-6, Durchschnitt, Europa gesamt

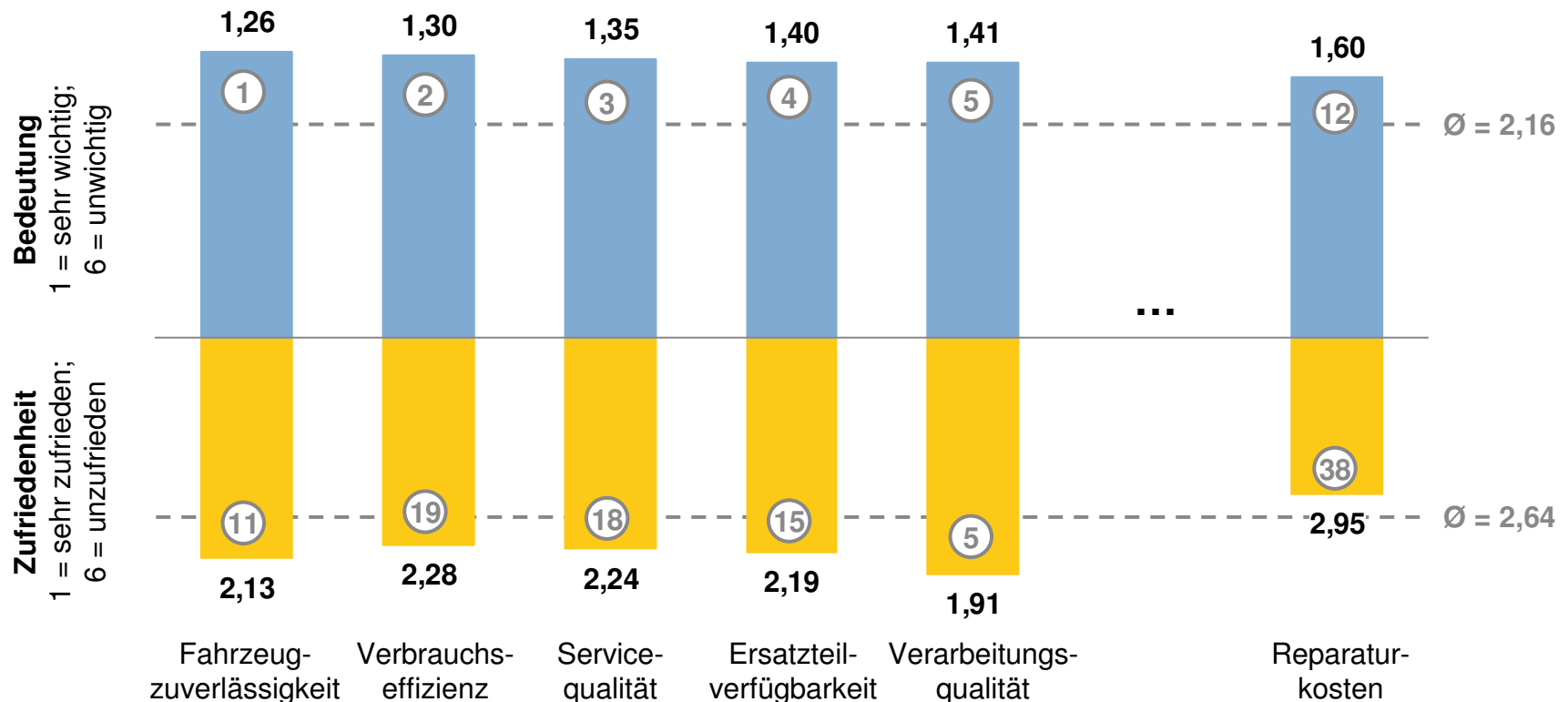
	Fahrzeug	Preis & Kosten	Verkaufsprozess	Werkstatt-Services	Zusatzdienstleistungen	
Bedeutung für die Kunden	1,85	1,87	2,45	1,70	2,99	Werkstatt-Services für Kunden am Wichtigsten
Zufriedenheit der Kunden	2,01	2,73	2,49	2,21	4,15	Höchste Zufriedenheit mit Fahrzeug-Aspekten

Anmerkung: Durchschnitte über alle Einzelkriterien je Kategorie
Quelle: European Truck Customer 2010, Oliver Wyman Analyse

In den wichtigsten Einzelkriterien können die Hersteller ihre Kunden zum Teil nicht ausreichend zufriedenstellen

Bedeutung der Top-Einzelkriterien und jeweilige Zufriedenheits-Werte

Schulnoten 1-6, Durchschnitt, Europa gesamt



Anmerkung: Durchschnitte über aller Einzelkriterien
 Quelle: European Truck Customer 2010, Oliver Wyman Analyse

(X) = Rang

In der Bedeutung der Einzelkriterien sind regionale Unterschiedlichkeiten deutlich erkennbar

Westeuropäische Kunden			
Rang	Kriterium	Kategorie	Zu DE ¹
1	Zuverlässigkeit	Fahrzeug	→
2	Servicequalität	Service	↗
3	Verbrauchseffizienz	Fahrzeug	↗
4	Ersatzteilverfügbarkeit	Service	→
5	Herstellungsqualität	Fahrzeug	↗
6	Sicherheit	Fahrzeug	↑
7	Kosten pro km	Preis & Kosten	↗
8	Anschaffungskosten	Preis & Kosten	↑
9	TCO ²	Preis & Kosten	↘
10	Down-times	Service	↘

Osteuropäische Kunden			
Rang	Kriterium	Kategorie	Zu DE ¹
1	Zuverlässigkeit	Fahrzeug	→
2	Verbrauchseffizienz	Fahrzeug	↗
3	Anschaffungskosten	Preis & Kosten	↑
4	Servicequalität	Service	↘
5	Herstellungsqualität	Fahrzeug	↗
6	Gewährleistung	Service	↘
7	Ersatzteilverfügbarkeit	Service	↘
8	Kosten pro km	Preis & Kosten	→
9	TCO ²	Preis & Kosten	↘
10	Down-times	Service	↘

Deutsche Kunden		
Rang	Kriterium	Kategorie
1	Zuverlässigkeit	Fahrzeug
2	Gewährleistung	Service
3	Servicequalität	Service
4	Ersatzteilverfügbarkeit	Service
5	Verbrauchseffizienz	Fahrzeug
6	Down-times	Service
7	TCO ²	Preis & Kosten
8	Kosten pro km	Preis & Kosten
9	Herstellungsqualität	Fahrzeug
10	Öffnungszeiten Werkstatt	Service




Anmerkung = Rangliste der Bedeutung für die Kunden

1 Vergleich zur Bewertung deutscher Truck-Kunden

2 TCO = Total cost of ownership

Anmerkung: Top 10-Einzelkriterien pro regionalem Cluster, Schulnoten 1-6

Quelle: European Truck Customer 2010, Oliver Wyman Analyse

-  Bedeutung höher als in DE
-  Kriterium nicht in Top 10 in DE
-  Bedeutung niedriger als in DE

Bei Preis & Kosten, Zusatzdienstleistungen sowie Werkstatt-Services besteht aus Kundensicht der größte Handlungsbedarf



Europa
gesamt



Hygiene-faktoren

- Verbrauchseffizienz
- Fahrzeugzuverlässigkeit

- Total cost of ownership

- Kompetenz Verkaufspersonal

- Gewährleistung und Kulanz
- Servicequalität

- Finanzierung und Leasing

Differenzierungs-faktoren

- Keine

- Reparatur- und Ersatzteilkosten

- Branchenspezifische Lösungen

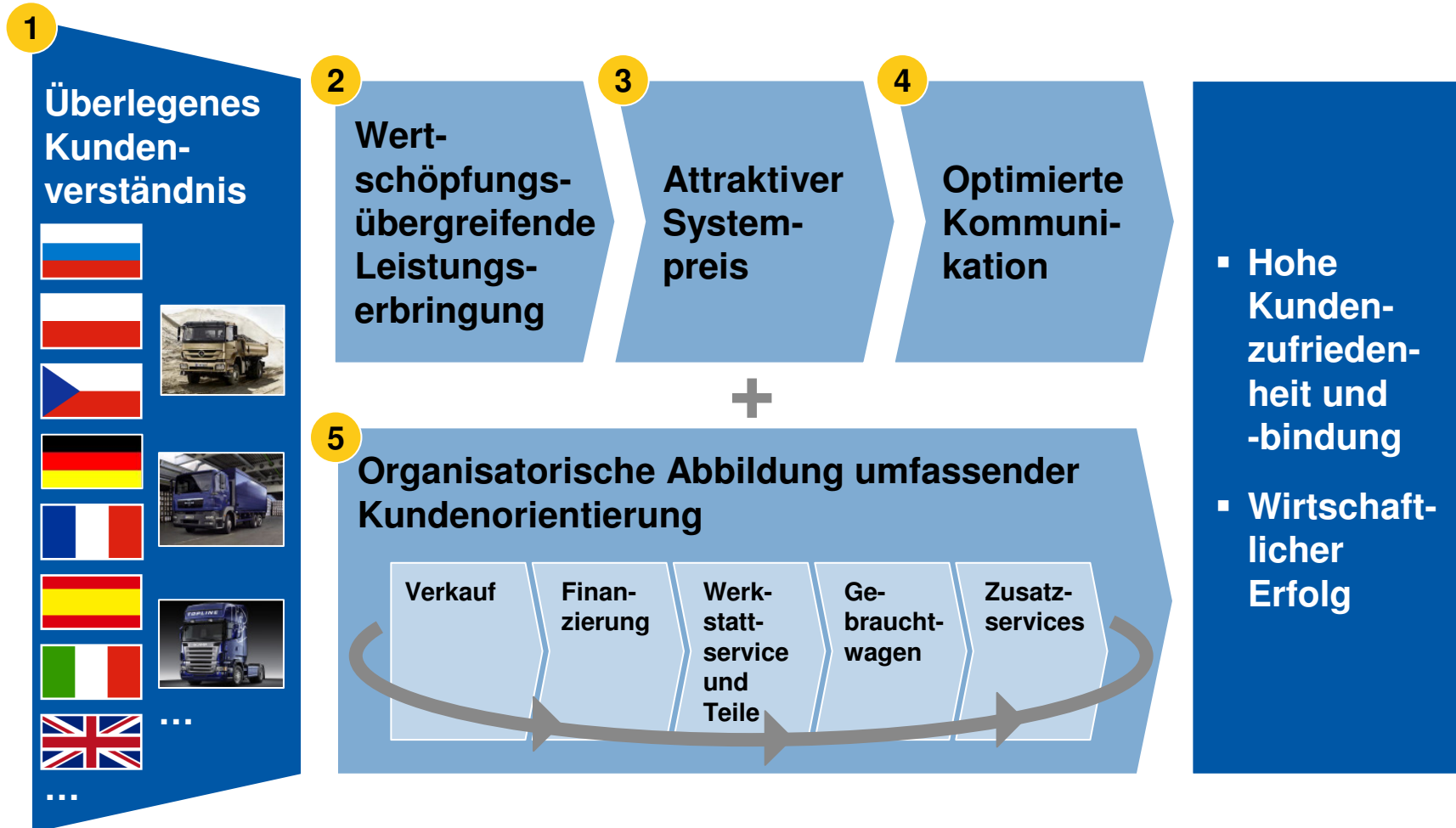
- Down-time / Verfügbarkeit

- Telematik-Dienste
- Internationale Servicepakete

● Starker Handlungsdruck ○ Kein Handlungsdruck

Quelle: European Truck Customer 2010, Oliver Wyman Analyse

Überlegenes Kundenverständnis ermöglicht das Angebot einer attraktiv bepreisten, wertschöpfungsübergreifenden Leistung



Quelle: European Truck Customer 2010, Oliver Wyman Analyse