

Virtueller Händlerbesuch im anonymen Digitalzeitalter

Mit Exklusivität lässt sich Vertrauen zur Kundschaft auf- und ausbauen

Hamburg, 06.07.2023

Online-Tools zur Fahrzeugrecherche und -vermarktung haben in den letzten Jahren an Bedeutung gewonnen. Auch im B2B-Bereich sind sie bei Entscheidern aus dem Flottenmanagement und Remarketing mittlerweile fester Bestandteil des Arbeitsalltags. Doch mit der Digitalisierung schwingt eine gewisse Anonymität und zunehmender Wettbewerb unter den Kauf-Interessenten mit. Ein digitaler Showroom für eine geschlossene Käuferschaft kann hier Abhilfe schaffen.

Wie recherchiert man am besten nach dem passenden Auto – und zwar schnell und effizient? Die Vertriebskanäle für Kunden haben sich in den letzten Jahren nicht zuletzt auch durch die Pandemie stark erweitert und verlagert. Wo es vorher noch der klassische Weg in das nächstgelegene Autohaus war, stehen für viele nun Online-Plattformen bei der Kfz-Suche an erster Stelle. So können interessierte Käufer von überall innerhalb von Sekunden digital auf den Fahrzeugbestand zugreifen. „Und das betrifft nicht nur das Endkundensegment. Auch im Flottengeschäft und Remarketing nimmt die Nachfrage nach digitalen Recherche- und Vertriebsmöglichkeiten immer weiter zu. Besonders im Hinblick auf jüngere Generationen“, erklärt Carsten Kaufmann, Sales Director bei Autorola Solutions. Ein Trend, auf den Händler reagieren müssen.

Mit der zunehmenden Verlagerung in die Online-Welt steigt jedoch nicht nur der Grad der Anonymisierung und der Wettbewerb unter der Käuferschaft. Die Prozesse werden durch Automatisierung und Standardisierung in vielen Fällen intransparent und der direkte Kontakt zum Händler, wie er früher beim Kauf vor Ort üblich war, geht verloren. Die Herausforderung: „Die Vertrauensbasis, welche durch persönliche Gespräche entstanden ist, darf durch die zunehmende Digitalisierung nicht verloren gehen. Daher sollten auch Online-Tools die Möglichkeit bieten, mit maßgeschneiderten Lösungen auf die individuellen Bedürfnisse der Käuferschaft einzugehen sowie wertvolle Kontakte auf- und auszubauen“, betont Carsten Kaufmann. Eine Lösung: Mit einem digitalen Showroom lässt sich eine exklusive Käuferschaft mit auf ihre Wünsche abgestimmten Angeboten aus dem eigenen Fahrzeugbestand direkt ansprechen.

„Der Digital Showroom von Autorola ist vergleichbar mit einer Online-Übersicht über das eigene Händlernetz. So kann man unmittelbar auf den verfügbaren Bestand zugreifen. Detaillierte Beschreibungen zum Fahrzeugzustand und hochwertiges Bildmaterial geben wichtige Informationen zu den Autos“, erklärt Carsten Kaufmann. Und das nicht nur an einem Standort, sondern über alle Niederlassungen hinweg. Es handelt sich hierbei um ein Vermarktungsinstrument, das Prozessmanagement-Tools wie den Fleet Monitor von Autorola ergänzt und automatisiert Informationen über verschiedene Anwendungen hinweg teilt.

In der Praxis funktioniert das so: Der Verkäufer schickt einen Link zum Online Showroom an ausgewählte Kunden. Nach erfolgreichem Login über die Website können Interessenten auf alle Fahrzeuge zugreifen, die für ihre jeweilige Händlergruppe zu dem Zeitpunkt zur Verfügung stehen und auf diese bieten oder direkt kaufen. Dafür stehen unterschiedliche Formate wie Blind Bidding, der direkte Kauf oder der Erwerb in Paketen zur Auswahl. Das Angebot wird zeitgleich in den Fleet Monitor des Verkäufers importiert. Dieser entscheidet nun, ob die Transaktion durchgeführt wird. Der Handel lässt sich dann direkt über den Digital Showroom abschließen. Für Auktionsformate sind detaillierte Informationen, wie die Anzahl der Gebote und Mitbieter oder die Klickzahlen für das jeweilige Fahrzeug, in einem Report im Archiv des DSR abrufbar.

Ergänzend sind Händler im Zusammenspiel mit dem Fleet Monitor und der Verknüpfung mit Data Aggregation in Echtzeit mittels der Software von Indicata in der Lage, ihrer Käuferschaft nicht nur transparente Informationen zu den Gebrauchtwagen, sondern auch marktaktuelle Preise zur Verfügung zu stellen. So können beide Parteien die bestmögliche Entscheidung für das Geschäft und ihr Unternehmen treffen.

Ansprechpartner für die Presse:

Patrick Eckart

E-Mail: presse@autorola.de | Tel.: 040 – 180 370 0 | Fax: 040 – 180 370 99

Über Autorola:

Autorola ist ein weltweit führender Anbieter von Online-Remarketing und Automotive IT-Lösungen für Gebrauchtfahrzeuge und Flottenmanagement. Autorola beschäftigt weltweit über 600 Mitarbeiter und hat 18 Niederlassungen in Europa, Nordamerika, Lateinamerika

und Asien. Der Hauptsitz befindet sich in Odense, Dänemark. Autorola wurde 2001 gegründet und befindet sich seither in privater Hand. Im Bereich Online-Remarketing gilt Autorola als Pionier und betreibt mittlerweile Auktionen auf der ganzen Welt. Über ein breites Netzwerk von Firmen, OEMs, Banken, Leasingfirmen und Fuhrparkmanagern bietet Autorola Händlern die Möglichkeit, Fahrzeuge zu fairen Preisen zu erwerben. Neben der reinen Fahrzeugvermarktung hat sich das Unternehmen konstant weiterentwickelt und unterteilt sich inzwischen in drei weltweite Business Units:

Autorola Solutions – In-Fleet & De-Fleet Management Lösungen

Software liegt in der DNS von Autorola. Autorolas Fleet Monitor ist eine zentrale End-to-End Flottenmanagement-, Inspection- und Bewertungsplattform, die es Flottenbetreibern ermöglicht ihre Fahrzeuge effizient zu verwalten. Dabei ist die Anbindung an und Integration in bestehende Systemumgebungen eine Kernkompetenz des Autorola Solutions Teams. Die Lösungen können nicht nur bei Kunden, sondern auch bei deren Dienstleistern implementiert und nach Baukastenprinzip frei konfiguriert werden.

INDICATA – Business Intelligence und Analytics

Mit INDICATA Business Intelligence und Analytics verwandeln Fahrzeughersteller, Händler, Leasingunternehmen und Flottenbetreiber datengestützte Markteinblicke in klare Wettbewerbsvorteile und optimieren so Ihren Erfolg am Gebrauchtwagenmarkt. Das System greift auf Echtzeitmarktdaten zurück, die mit Hilfe eines eigenen Data-Warehouse ausgewertet werden und so Entscheidern die Möglichkeit bietet anhand der tatsächlichen Marktsituation zu agieren, anstatt sich auf lineare Abpreisungen verlassen zu müssen.

Autorola Marketplace – Die internationale Online-Auktionsplattform hat 2022 mehr als 31.000 Onlineauktionen mit über 51.000 professionellen Bietern aus 41 Ländern abgewickelt. Autorola bietet eine breite Palette an Remarketing-Dienstleistungen wie Transport, Lagerung, Einnahme, Aufbereitung, Rechnungsstellung und Export-Handling. Für Einlieferer bietet Autorola ein Höchstmaß an Konfigurierbarkeit und individuellen Vermarktungsmöglichkeiten. Auf diese Weise kann Autorola die Fahrzeugvermarktung im Interesse des Einlieferers schnell und gewinnbringend durchführen.

Mit diesem Portfolio ist Autorola in der Lage, sämtliche Aspekte des In- und De-Fleet Prozesses abzubilden, zu optimieren und für zukünftige Marktentwicklungen agil zu halten.

Mehr Informationen zu Autorola finden Sie auf www.autorola.de, www.autorolasolutions.com/de/ und www.indicata.de