

Smarte Digitalisierung als Schlüssel zum Erfolg Mit der richtigen Strategie Laufzeiten und Ertrag optimieren

Hamburg, 27.04.2023

Der Lebenszyklus und die Quellen der Fahrzeugbeschaffung für den Gebrauchtwagenmarkt befinden sich weiterhin im Wandel und sorgen für Herausforderungen im Handel. Um in diesem Umfeld weiterhin profitabel operieren zu können, gilt es, Prozesse effizienter zu gestalten. Das gelingt mittels Anpassungen des eigenen Mindsets und mit der richtigen digitalen Strategie.

Eine veränderte wirtschaftliche Lage und die hohe Inflation hinterlassen ihre Spuren im Gebrauchtwagenmarkt. Die Nachfrage sinkt und auch die Loyalität zur Marke sowie zum Händler nimmt immer mehr ab. Die Folge: sinkende Verkaufszahlen und steigende Standzeiten. Der Fahrzeugverkauf passt sich an diese Veränderungen an. Große Handelsgruppen gewinnen an Bedeutung und setzen auf eine überregionale Vermarktung und digitale Strategien. „Händler müssen sich den neuen Gegebenheiten anpassen und ihre Strategie nutzen- und bedarfsspezifisch weiterentwickeln. Dabei ist das richtige Mindset entscheidend“, sagt Carsten Kaufmann, Sales Director von Autorola Solutions.

Das Fahrzeug wird zum Asset

Viele Faktoren wie der Krieg in der Ukraine, die Energiekrise und die Lieferprobleme der Hersteller sorgten dafür, dass weniger Neu- und Gebrauchtwagen im Umlauf sind. Umso wichtiger ist es nun, den Ertrag für einzelne Fahrzeuge so hoch wie möglich zu halten. Die Frage, die sich Vermarkter stellen sollten, lautet: Mit welchem Auto kann man zu welchem Zeitpunkt im Fahrzeug-Lebenszyklus den höchsten Profit erzielen, um als Unternehmen wirtschaftlich zu bleiben? „Besonders in einer Zeit, in der das Ringen um potenzielle Kunden spürbar stärker wird, ist es entscheidend, den Gebrauchtwagen als Asset zu sehen. Eine wertvolle Kapitalanlage, die im Idealfall nicht nur einmal vermarktet wird“, betont Kaufmann. Bedeutet: Der Gebrauchtwagenvertrieb sollte sich zum Profit Center entwickeln, das auf einem strategischen Wiederankauf und -verkauf, einer exakten Planung sowie transparenten, skalierbaren und optimierten Prozessen basiert. So lässt sich der eigene Warenbestand und damit das Angebot nicht nur hochhalten, sondern auch interessant gestalten, um sich beispielsweise bei ungeplanten Inzahlungnahmen strukturiert aufzustellen.

Profitable Entscheidungen dank systemübergreifender Steuerung

Management by Exception ist ein wichtiger Schlüssel zur Ertragssteigerung und Durchlaufzeitenreduzierung im Gebrauchtwagenmarkt. Eine zentrale Steuerung über alle Schritte des Fahrzeug-Lebenszyklus hinweg ist dafür essenziell. Es gilt, mittels digitaler Software-Lösungen wie dem Fleet Monitor von Autorola Solutions Verbindungen zu schaffen zwischen verschiedenen Systemlandschaften aller Prozessbeteiligten und diese transparent sowie automatisiert zu gestalten. „Durch diese Komplettanbindung ist es möglich, sich bei einem entsprechenden Fahrzeug-Umschlag auf die Ausreißer zu fokussieren. So lässt sich nicht nur die Operative unterstützen und entlasten; es können zudem die Geschäftsbereiche gefördert werden, die wertvolle Erträge erbringen“, erklärt Kaufmann.

Um den bestmöglichen Ertrag aus einem Fahrzeug herauszuholen, ist der Zugriff auf tagesaktuelle Marktinformationen entscheidend. Wird das Fahrzeug zum richtigen Preis an- und verkauft? Sind die Autos in der laufenden Flotte in Bezug auf die Rücklaufwerte richtig eingepreist? Ist es sinnvoll, diese früher aus dem Umlauf zurückzuholen? Die direkte Integration der Software INDICATA in den Fleet Monitor ermöglicht jederzeit den Zugriff auf Marktdaten in Echtzeit. Sie dient zudem als Spiegel der eigenen Arbeit und kann die Basis für effiziente Entscheidungen im Gebrauchtwagenmanagement sein. Mittels Dashboards, KPIs, Reports und Analysen gibt die Plattform Einblicke in die Dynamik der Marktentwicklung unter Berücksichtigung von Faktoren wie Nachfrage, Angebot, Preis und Lagerbestand.

Um die Profitabilität der Händler zu sichern, gilt es, hilfreiche Tools wie zentrale Steuerungseinheiten sowie Vermarktungsplattformen wie Autorola Marketplace, die schnell und digital Fahrzeuge an B2B-Kunden gezielt anbieten, aktiv zu nutzen. Um flexibel auf Veränderungen reagieren zu können, sollten die aktuellen Marktentwicklungen stets im Blick gehalten werden.

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