

NEUES BERATUNGS-TOOL

Datengesteuert führen

Mit dem digitalen Quickcheck von Promotor können Autohäuser ihre Gebrauchtwagenperformance, die Stärke der eigenen Website und Servicenachfrage übers Web analysieren lassen. Aus den Daten leiten die Berater nicht nur Schwachstellen, sondern auch Handlungsempfehlungen ab.

von Annemarie Schneider

KURZFASSUNG

Mittels „Quickcheck“ verarbeitet und bündelt Promotor die Daten aus verschiedenen Quellen zu Kennzahlen. Diese bilden die Grundlage für die Berater, mit den Autohäusern Probleme zu identifizieren und zu lösen.

Welche Entscheidungen sind aktuell für ein Autohaus relevant und richtig? In welchen Bereichen sollten bestmöglich Geld und Ressourcen eingesetzt werden? Wie stark können die Gebrauchtwagenpreise angehoben werden? Antworten auf diese Fragen will der Quickcheck von Promotor geben. Das neu entwickelte Tool verarbeitet dazu regionale Daten, die aus digitalen Spuren der Kunden, Interessenten sowie der Autohäuser im Internet generiert werden. Zugang erhält das Unternehmen über verschiedene Systeme der DAT, einschlägige Online-Börsen, verschiedene Internetprovider und das unternehmenseigene Serviceportal Fairgarage. „Als einzige Be-



Mit dem Angebotsmonitor werden zentrale KPI in der Gebrauchtwagensparte analysiert.

ratungsgesellschaft können wir so auf alle relevanten Daten der DAT zugreifen. Ungeschönt und absolut transparent können wir Handlungsfelder erkennen und Aktivitäten einleiten“, sagt Andreas Serra, Geschäftsführer der DAT-Tochter Promotor. Nils Weber, Head of Business Development bei Promotor und Projektmanager, ergänzt: „Es geht vor allem darum, via Quickcheck Schwachstellen aufzudecken, die Kennzahlen anschließend ins Verhältnis zu den eigenen Zielen und dem Wettbewerb zu setzen sowie die digitale Präsenz zu stärken, um letztlich Umsatz und Marge zu erhöhen.“ Die Ergebnisse in Quickcheck fungieren dabei als Impulsgeber für die Beratung, die mit einem Besuch im Autohaus startet. „Je nach Kundenwunsch finden die weiteren Meetings online oder im Betrieb statt“, erläutert Andreas Serra (siehe „Quickcheck: Verfahren und Kosten“).

Verkaufperformance tracken, GW-Geschäft optimieren

Generell gliedert sich der Quickcheck in vier Module. Das erste ist der sogenannte Angebotsmonitor. Darin werden im Gebrauchtwagenverkauf unter anderem der Online-Bestandswert, der durchschnittliche Angebotspreis, die Umschlaggeschwindigkeit, die Standtage, der durchschnittliche wöchentliche Umsatz und Absatz sowie der geschätzte Umsatz der vergangenen vier Monate in Grafiken und Dashboards dargestellt.

Daneben wird der Angebotspreis mit den Händlerverkaufspreisen der DAT und den Preisen der direkten Wettbewerber vor Ort verglichen. Die Abweichungen werden in Prozent für jedes Modell im aktuellen Bestand angezeigt. „Liegt der Händler beispielsweise bei einem Fahrzeug 20 Prozent über dem regionalen Marktwert, kann er beim Preis direkt

Fotos: gutschik / stock.adobe.com (Laptop); Promotor (Porträts und Grafiken)

QUICKCHECK

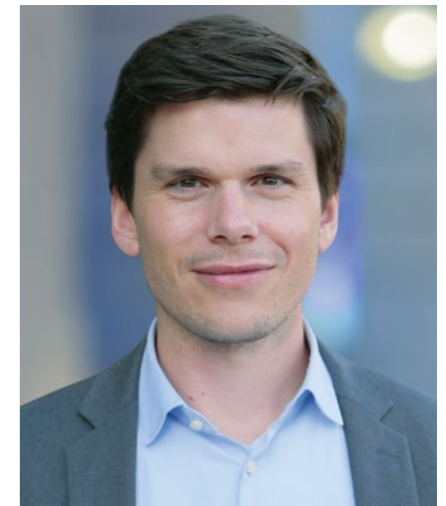
Verfahren und Kosten

Die ersten Händler erhalten den Quickcheck und die daraus folgende Beratung kostenlos. Generell werden verschiedene Pakete geschnürt, bei denen der Beratungsbedarf je nach Schwerpunkten mit zwei bis acht Tagen taxiert wird. Die Preise dafür bewegen sich laut Promotor zwischen 1.600 bis 5.500 Euro netto inklusive Reisekosten. Ansprechpartner für das Thema sind entweder die regionalen DAT-Außendienstmitarbeiter oder die Berater von Promotor.

Für direkte Anfragen: info@promotor.de

nachjustieren und die Erträge sichern“, so Weber.

Beim zweiten Baustein handelt es sich um Analysen via SilverDAT Ankauf. Darin wird veranschaulicht, wie viele Fahrzeuge ein Autohaus in bestimmten Zeiträumen ankauft und wie viele Bewertungen es durchführt. „Besonders interessant sind aktuell die möglichen regionalen Preisanhebungen. Das gab es nur zur Zeit des Mauerfalls. Wir geben hier wichtige Empfehlungen, um einen schnellen Verkauf zu guten Konditionen sicherzustellen“, meint Andreas Serra.



Andreas Serra (l.), Geschäftsführer von Promotor, und Nils Weber, Head of Business Development bei Promotor, sehen Quickcheck als digitales Tool, um Umsätze und Margen im Autohaus zu erhöhen.

Online-Aktivitäten auf dem Radar

Das dritte Modul nennt sich „Digital Check“. Hier wird der Status der händler-eigenen Website untersucht und wie leicht der Internetauftritt gefunden wird. Ein SEO-Score fasst die Bewertung der Online-Präsenz in Prozent zusammen. Der Gesamtwert setzt sich aus den Prüfungen folgender Einzelgrößen zusammen: Metaangaben, Seitenqualität, -struktur, Verlinkungen, Server und externe Faktoren. Daraus entwickeln die Berater Empfehlungen zur SEO-Optimierung.

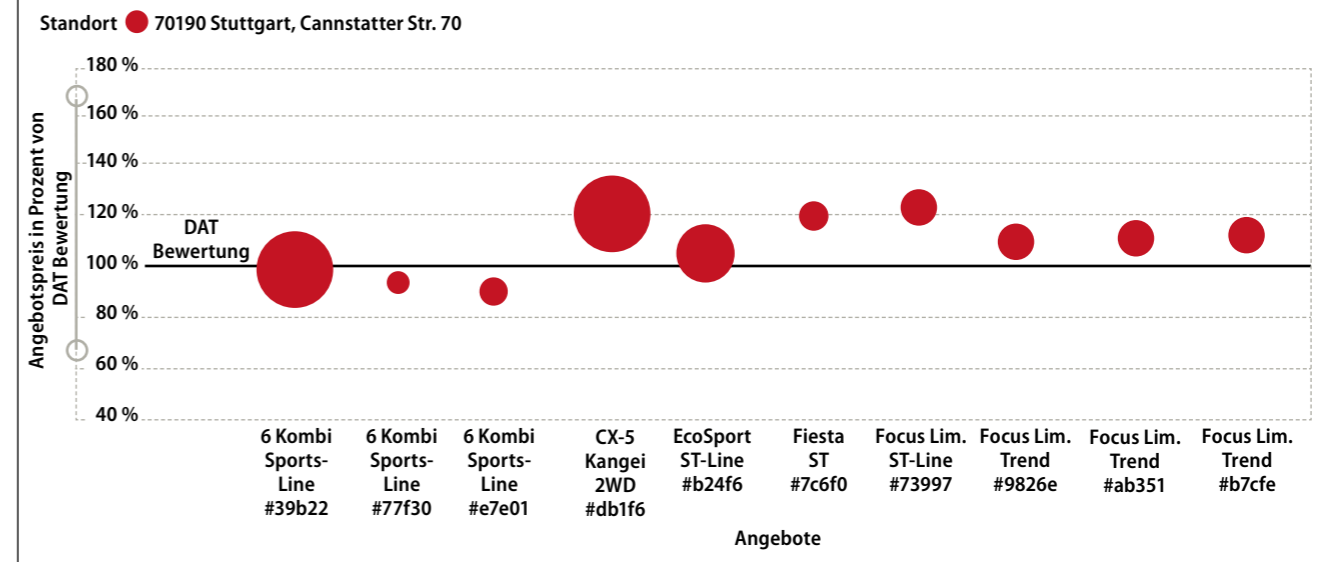
Darüber hinaus richtet sich der Blick auf die Aktivitäten der Händler und Kunden unter dem Banner von „Google my Business“. „Wir haben auch eine direkte Einsicht auf die Kundenbewertungen und können schnell sehen, ob und wo es in der Kundenbetreuung hakt“, sagt Serra.

Was im Service digital punktet

Das vierte Modul „Service“ liefert KPI rund um die Performance in diesem Bereich. Dazu nutzt Promotor alle regionalen Daten der DAT sowie des Werkstattportals Fairgarage. „Wir zeigen, welche Potenziale es für die Händler im digitalen Aftersales gibt. Und diese sind bei den massiv steigenden Anfragen enorm“, meint Serra. Rund 4,5 Millionen Anfragen kommen über Fairgarage pro Jahr herein. 2022 sollen es schon 10 Millionen sein, aus denen Daten geschöpft werden.

Gefiltert nach Radius werden etwa die monatlichen Suchen, die direkten Werkstattsuchen sowie die Recherche nach Themen wie Inspektion, Bremsanlage, Motor, Fahrwerk und anderen Service-Parametern angezeigt. Auch die Buchungen nach Status und Monat sowie die gefragtesten Servicearbeiten werden aufgelistet. „Über die Geo-Verteilung wird zudem ersichtlich, wie stark der Händler in seinem Gebiet ist“, resümiert Serra. „Händler erfahren, was die Kunden suchen, was sie speziell vom Autohaus wollen und was im Servicebereich regional relevant ist.“

VERHÄLTNISS EIGENER ANGEBOTSPREISE ZUR DAT BEWERTUNG & IM VERGLEICH ZUM WETTBEWERB



Beispielauswertung aus dem Quickcheck-Tool: Monitoring der Preisbildung im Vergleich zu den DAT-Verkaufspreisen sowie zum Wettbewerb