

Die Überwindung der Informationsblockade



Gerd vom Heu + Partner GmbH

Die richtigen Schritte



Mit dem Spar Depot® treffen wir auf die Suchfunktion des Unterbewusstseins nach besseren Lebensbedingungen und heben die bestehende Information Blockade mit einem überzeugenden Angebot für die persönliche Sicherheit direkt auf.



Studie und Analyse von Autofahrern mit und ohne Spar Depot®
- alle Marken-
Gerd vom Heu + Partner GmbH

1. Die Vorgehensweise

Kundenselektion

Nur Kunden

- welche die Marke des Autohauses fahren
- die im Umkreis des jeweiligen Autohauses wohnen,
- und Privatkunden ohne besondere Konditionen sind

Datenerhebung

Alle Daten wurden von den Mitarbeitern in den Autohäusern ohne Vorsortierung aus den Kundenrechnungen erhoben und von uns unter der Verwendung der Kundennummer in einer Datenbank gespeichert. Damit ist jedes einzelne Ergebnis jederzeit überprüfbar.



Die Service Analyse

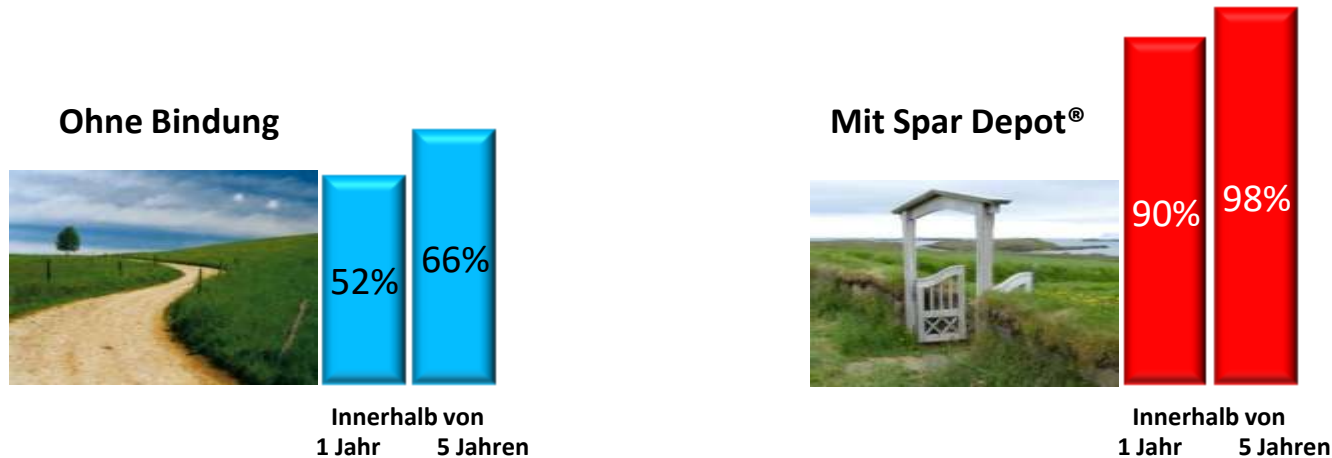
Sie umfasst derzeit 14.357 private Fahrzeughalter mit Fahrzeugen, die im Analysezeitraum 3 bzw. 5 Jahre alt waren. Sie bezieht sich auf 21 verschiedene Marken in 118 Autohäusern. Bei der Analyse wurden 19.085 Rechnungen geprüft.

Alle Werkstattrechnungen, die der Kunde selbst bezahlt hat, wurden berücksichtigt, Gutschriften sind abgezogen.

Die Fahrzeugkauf Analyse

Sie umfasst derzeit 2.781 private Fahrzeughalter mit Fahrzeugen, die vom 4. bis 9. Jahr nach Erstzulassung beobachtet wurden. Es wurde neben dem Gesamtumsatz (außer Fahrzeugkauf) jede Rechnung und jede Gutschrift des Kunden berücksichtigt. 15 Autohäuser haben in ihre Daten geschaut.

2. Der erste Hinweis – die Kontaktquote



War ein Kunde wenigstens 1 x innerhalb des Analysezeitraums im Autohaus?

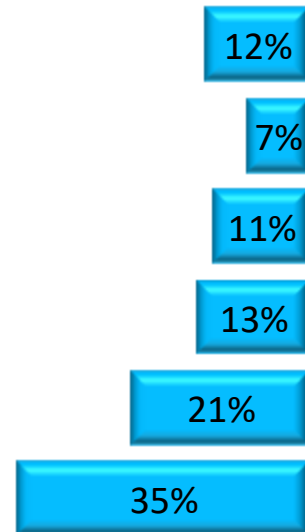
Fast scheint es, als gäbe es nur die Treuen und die Untreuen. Aber die tatsächliche *Verweildauer*, also die Anzahl der Jahre, in denen der Kunde das Autohaus besuchte, ist ohne Bindung deutlich schlechter. In Schnitt kamen Spar Depot® Käufer über 4,3 Jahre, freie Kunden ohne Depot nur 2,6 Jahre lang ins Autohaus.

Dazu kommt die Ausschöpfung der Kontakte hinsichtlich der in Auftrag gegebenen Werkstattleistungen, wenn der Kunde seine Arbeiten nicht mehr an mehrere Betriebe verteilt, sondern hauptsächlich an den einen mit Depot.

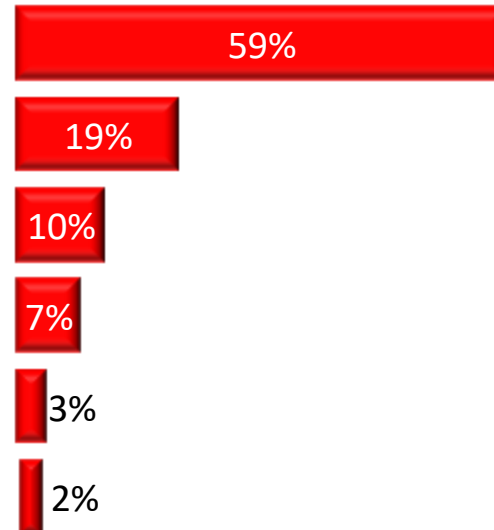
(Garantiekontakte und Umsätze zählen in der Jahresuntersuchung mit jüngeren Fahrzeugen nicht mit, nur freiwillige Besuche des Kunden, die er selbst bezahlt.)

3. Die Langzeit-Treue

Ohne Bindung



Mit Spar Depot®



Je länger das Spar Depot® dauert, desto länger die Treuequote. Klassische Wegbleiber kaufen ein neues Auto mit anderer Marke. Bei den ungebundenen Kunden gibt es nur wenige Stammkunden, die tatsächlich jedes Jahr wiederkommen. Aus dieser Quote ergibt sich der Eindruck, dass man viele Stammkunden hat – weil man einen Teil der Kundschaft tatsächlich Jahr für Jahr wieder sieht. Wenn allerdings mehr als 2/3 aller Kunden ohne Bindung Wechselwähler sind, also gar nicht oder höchstens innerhalb von 1 bis 2 Jahren kommen, lebt ein Betrieb von der Hand in den Mund.

4. Treuestrahlkraft in den Verkauf

Das Wiederkaufverhalten mit und ohne Info-Blockade

Privatkunden fahren ihr Auto üblicherweise zwischen 4 und 8 Jahren. Also sollten alle diese Autobesitzer in diesem Analysezeitraum ein nächstes Auto kaufen.

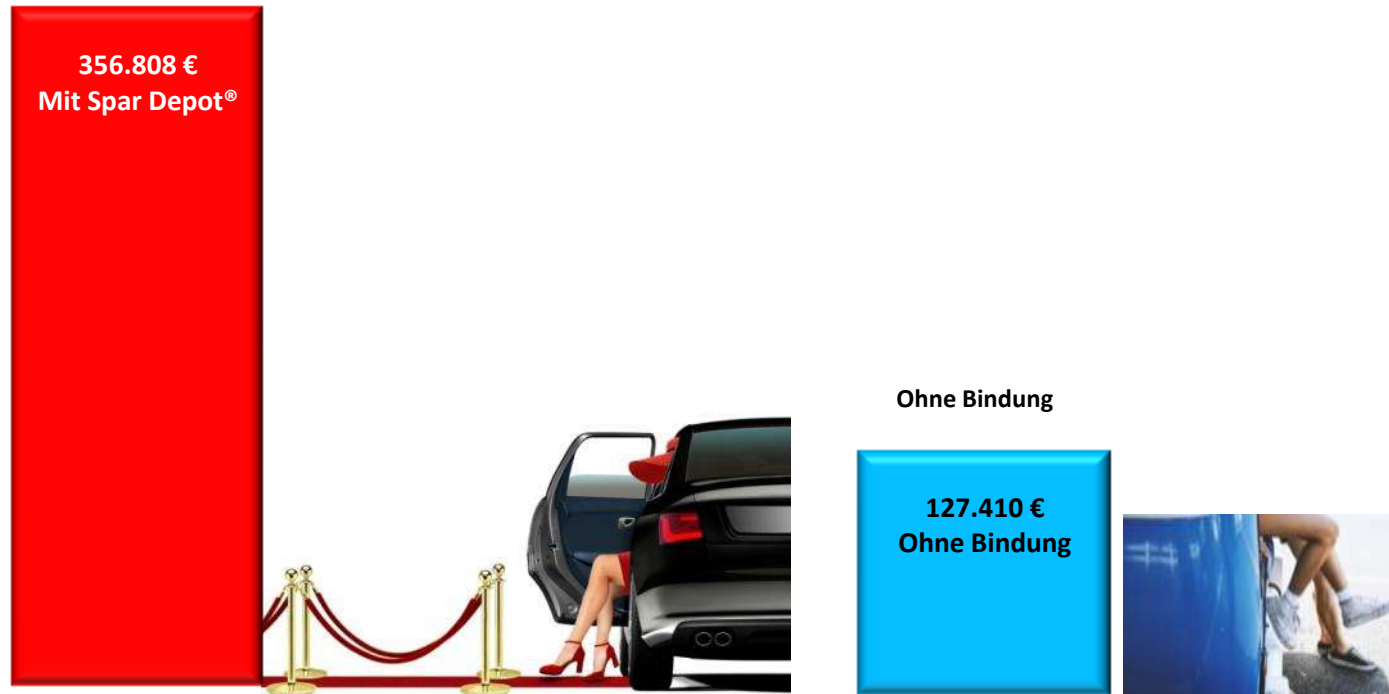
- Die weitaus meisten Privatkunden fahren keinen Neuwagen, sondern kaufen fast neu bis ziemlich gebraucht.
- Generell kann man laut DAT bisher von einer durchschnittlichen Markenloyalität bei Neuwagen von rund 50% ausgehen, bei Gebrauchtwagen ist die Markenloyalität 2018 auf niedrige 25% gesunken. So hoch ist auch die natürliche Chance eines Händlers, ohne Eroberungen aus dem eigenen Kundenkreis das Jahresverkaufsziel zu schaffen. Wäre da nicht der Intra-brand-Wettbewerb.
- Ohne Sonderrabatte wie Eintausch- oder Eroberungsprämien (mal vom Staat, mal von den Herstellern), wird es ohne treue Kunden schwer, den Fahrzeugverkauf zu bewältigen.

21,9%
Mit Spar Depot®



8,8
ohne Bindung

5. Teilen und verlieren?



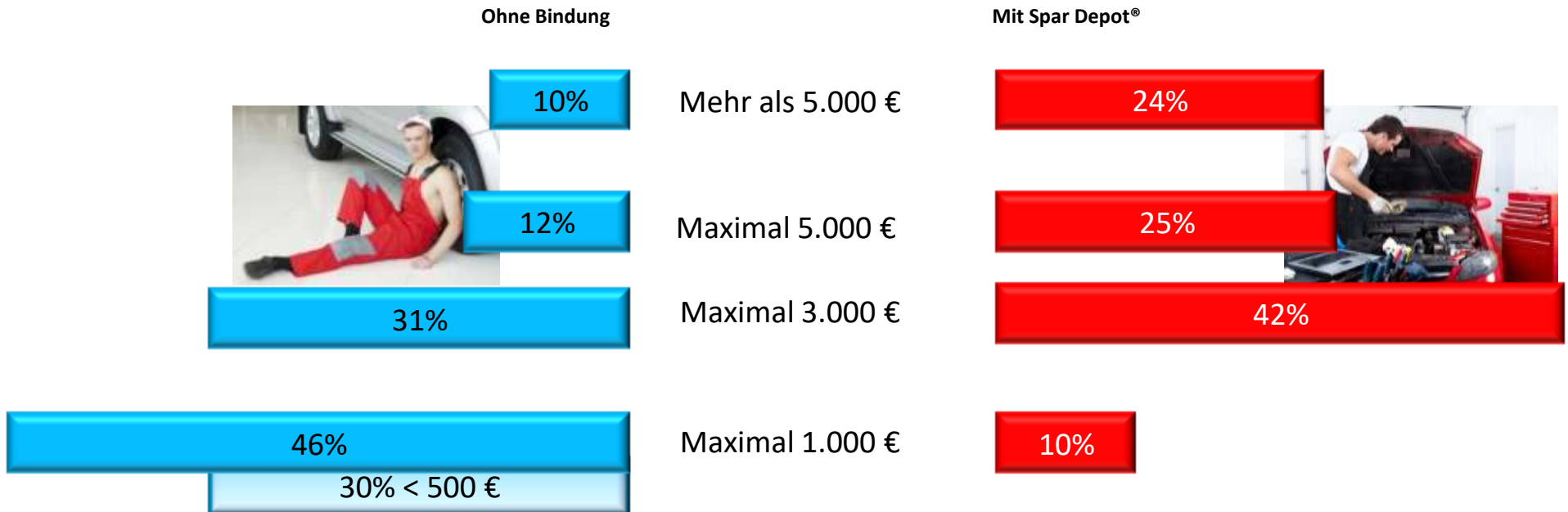
Rechnet man den Mittelwert über 5 Jahre, bekommt man ein realistisches Bild vom Wert eines Kunden. Auf 100 Kunden umgerechnet sind es fast 230.000 €, die Ihnen die Spar Depot® Treue bringt. Warum ist das so?

- Ist der Kommunikationskanal zwischen Anbieter und Abnehmer verschlossen, werden keine Angebote wahrgenommen. Es gibt es keinerlei Bindungseffekte,
- ungebundene Kunden kommen nicht nur seltener in die Werkstatt als Spar Depot® Kunden ,
- sie geben auch nur 36% des Geldes aus, das die Spar Depot® Kunden dem Autohaus gönnen.
- Ungebundene Kunden wechseln viel häufiger die Werkstatt je nach Reparatur und Arbeit.

Übrigens: Alle Geldgeschenke sind hier abgezogen. Teile, Zubehöreinsbau, Unfallschäden oder Nebenleistungen wie Mietwagen etc. haben wir hier berücksichtigt.

6. Verpasste Arbeits-Chancen

Wer gibt in 5 Jahren bei *seinem* Händler viel, wer wenig aus – oder alle gleich?



Natürlich gibt sie, die Stammkunden, die alles bei einem einzigen Händler machen lassen. Aber das ist selten ohne Bindung, wie der Umsatz zeigt. Fast ¼ aller Spar Depot® Inhaber geben mehr als 5.000 € in den letzten 5 Jahren aus, ein weiteres Viertel zwischen 3.000 und 5.000 €. Ohne Bindung liegen bald 50% der Kunden unterhalb von 1.000 €, tatsächlich erreichen 30% der Kunden mit Werkstattkontakt nicht einmal 500 € Umsatz.

Das liegt natürlich auch daran, dass ohne eine ordentliche Kommunikationsverbindung ein Kunde nur 2,6 Jahre lang zum Autohaus kommt, ein Kunde mit Spar Depot® im Schnitt 4,3 Jahre lang Ihr Kunde ist.

7. Mehrertragsquellen

Es ist deutlich: Wer die Informationsblockade mit dem Spar Depot® überwindet, bekommt zuerst die Inspektion, im Anschluss auch die Reparatur. Eigentlich eine Binsenweisheit, wie sie jeder Serviceberater bestätigen kann.

Wenn aber von 36% Inspektionskunden ohne Bindung etwas mehr als die Hälfte keine Reparatur im Hause durchführen lassen, zeigt es, wie selektiv diese Kunden ihre Aufträge vergeben.

Der Rest wandert im Markt umher, die Informationsblockade im Gehirn verhindert ohne Inspektion eine erfolgreiche Kommunikation.

Mit Spar Depot®

83% mit
Inspektion

46% zusätzlich
mit Reparatur

4% nur Reparatur



Ohne Bindung

36% mit
Inspektion

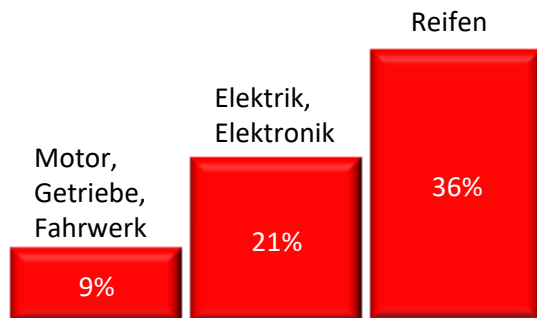
17% zusätzlich
mit Reparatur

10% nur Reparatur

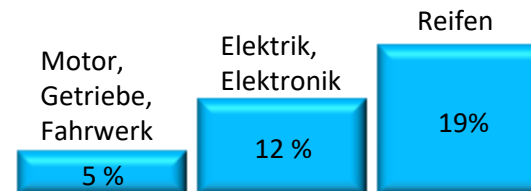
8. Die Idee vom Marken-Know-How

Viele Serviceberater glauben, dass Kunden wegen der Elektronik keine andere Chance haben, als zur Markenwerkstatt zurück zu kommen.

- Der Vergleich zeigt: Auch freie Werkstätten und Systemwerkstätten haben längst ihre Hausaufgaben gemacht und nehmen sich 50% des technisch anspruchsvollen Marktes (12% zu 21%). Schließlich kann man nicht davon ausgehen, dass Fahrzeuge in den Markenwerkstätten qualitativ schlechter sind als diejenigen, die im freien Markt vagabundieren.
- Genauso halbiert sich fast der Reifenmarkt und das Fach-Know-How in Sachen Motor Getriebe Fahrwerk



90% mit Spar Depot® kommen wieder



52% kommen ohne Bindung wieder

9. Der Wert älterer Autos

Eine sichere Ertragsbasis

Wenn das Schreckgespenst der sinkenden individuellen Mobilität und des sinkenden Interesses am Auto bei jungen Menschen Wirklichkeit wird – zumindest in den größeren Städten - zählt jeder Kunde. Wer heute zu viel hat, weil ihm Personal fehlt, der kann leichter für die Zukunft vorsorgen als diejenigen, deren Werkstatt schon nicht mehr zu 100 % gefüllt ist.

Ohne Bindung



368 Autofahrer für 100.000 € Werkstattumsatzumsatz
8 % Autokäufer als Wiederholungstäter

Mit Spar Depot®



135 Autofahrer für 100.000 € Werkstattumsatz
20 % Autokäufer als Wiederholungstäter

Die 4- bis 9-jährigen Autos zeigen:

- Wer nur wenige Kunden benötigt, um 100.000 € Umsatz zu machen, kann saisonale Schwankungen leichter auffangen.
- Während die Abhängigkeit von Garantiewerken in den ersten drei Fahrzeuglebensjahren die tatsächliche Loyalität verschleiern, zeigt der Vergleich der 4- bis 9 Jahre alten Autos das normale Autofahrerleben.
- Kunden, die während des Fahrzeugwechsels immer noch Kunden im Autohaus sind, kaufen deutlich häufiger bei *ihrem* Händler als andere. Der Zwang zur Eroberung neuer Kunden sinkt.
- Kunden, die sich binden, verteilen nicht jede einzelne Arbeit an unterschiedliche Anbieter, sondern geben *ihrem* Händler die Aufträge. Das spart Kunde und Händler Zeit und Nerven.

10. Der Wert jüngerer Autos

Die Zukunft von morgen

Ohne Bindung

375 Autofahrer für 100.000 € Werkstattumsatzumsatz



**181 Autofahrer mit Spar Depot®
für 100.000 € Werkstattumsatz**



Durch die Informationsblockade liegt in vielen Werkstätten das Alter der Fahrzeuge deutlich unter von 4 Jahren. Die Auslastung wird dann mit Garantieumsätzen erreicht. Deshalb haben wir hier die Garantie- und Kulanzleistungen nicht berücksichtigt.

Die 3- und 5-jährigen Autos zeigen:

- Wenn es um die normalen Arbeiten ohne Garantie oder Kulanz geht, benötigt man für 100.000 € Umsatz gerade einmal 7 ungebundene Kunden mehr als bei alten Autos. Es gibt keine Verhaltensänderung nach Fahrzeugalter. Das ist der Beweis für die selektive Auftragsverteilung dieser Kunden.
- Mit Bindung dagegen fällt auf, dass für den selben Umsatz ganze 46 Kunden mit jungen Autos mehr benötigt werden als mit alten Autos. Weil eben gebundene Kunden mehr Arbeit in Auftrag geben als andere. Wer also junge Fahrzeuge bindet, sichert die Arbeit von morgen. Pkws werden übrigens derzeit im Schnitt 18 Jahre alt.

Die Garantie führt nur dann zu Mehrumsatz, wenn der Kunde gebunden ist. Das liegt natürlich daran, dass die weitaus meisten Kunden keine Garantiearbeiten haben – sonst wäre es für den Garantiegeber viel zu teuer. Sie ist wichtig, um den Verkauf der Fahrzeuge zu unterstützen, ändert aber wenig an der Grundeinstellung zum Autohaus. Übrigens: Je mehr Kunden Sie benötigen, desto schwieriger die Organisation, desto höher die Reibungsverluste in der täglichen Arbeit, desto umfangreicher Werbeaufwendungen.

Fazit

Wer die Informationsblockade überwindet, lebt in Sicherheit und hat bessere Ergebnisse!

Der durchschnittliche Wert je 100 Kunden pro Jahr

Der durchschnittliche Wert eines Kunden bemisst sich aus den erreichten Werkstattumsätzen und den anteiligen Verkaufsumsätzen. (Bei letzteren liegen die Durchschnittswerte der DAT zugrunde sowie die Anzahl der verkauften Autos während der Analyse zu Grunde.)

Wem es gelingt, Kunden mit älteren Autos in die Werkstatt zu bekommen, erzielt nicht nur höhere Umsätze pro Kunde und Auto im Service, sondern sichert auch seinen Fahrzeugverkauf weiter ab. Denn Menschen kaufen gerne dort, wo sie sich wohl fühlen.

Ohne Bindung

60.474 €

Mit Spar Depot®

148.419 €



Stimmen unsere Aufgaben und deren Lösungen
nicht überein, sind gute Ergebnisse Glücksache

Überreicht durch:



Gerd vom Heu + Partner GmbH

Harksheider Str. 6a

22399 Hamburg

Tel 040 | 630 30 34

info@gvhp.de

www.gvhp.de

www.spardepot.com

Stand: Mai 2019