



Customer Experience Analyse im Automotive After Sales



Management Summary

Hintergrund und Ansatz:

Vertrieb ohne kundenorientierte und benutzerfreundliche, digitale Kanäle ist heutzutage undenkbar. Unternehmen wie Amazon oder Alibaba haben hier im B2C Bereich Standards gesetzt, die als das Maß der Dinge gelten.

Mit ca. 20% Umsatzanteil kommt dem Bereich After Sales in der Automobilindustrie eine bedeutende Rolle als Umsatztreiber zu. Die hohen erwarteten Wachstumsraten sowie die voranschreitende Digitalisierung stellen die Branche vor zahlreiche Herausforderungen, bieten jedoch nicht minder zahlreiche Chancen. Wie sind die Automobilhersteller hierfür gerüstet? Zeigen sich Unterschiede zwischen „Premium OEMs“ und den anderen Herstellern? Diese und weitere Fragen haben sich die Berater von accelerate und KBC gestellt. Gemeinsam haben sie auf Basis eines erprobten Ansatzes eine Customer Experience Analyse des digitalen Angebotes der zwölf führenden Automobilhersteller durchgeführt:



Wesentliche Beobachtungen:

Search Visibility (SEO): Die Search Visibility beschreibt die Sichtbarkeit einer Website in den organischen Ergebnislisten von Suchmaschinen. Gute Auffindbarkeit ist die Grundvoraussetzung für den Vertriebs Erfolg in digitalen Kanälen. Während einige OEMs die Visibilität ihrer Online-Angebote fest in ihrer E-Commerce Strategie implementiert haben, liegen andere „Premium OEMs“ sowie „Mittelklasse OEMs“ deutlich hinter den Wettbewerbern.

Website Experience: Website Experience subsumiert die Bedien- und Nutzerfreundlichkeit einer Website für den Anwender. Sie beschreibt somit dessen Möglichkeit, auf der Website zu navigieren und leicht die gesuchten Produkte, Dienstleistungen und Informationen zu finden.

Gemessen an Benchmarks wie Amazon ist die Website Experience bei den Automobilherstellern grundsätzlich ausbaufähig. Dabei fallen sowohl „Premium OEMs“ als auch „Mittelklasse OEMs“ durch eine besonders unterdurchschnittliche User Experience im Vergleich zu anderen Branchen auf. Zudem zeigt sich eine starke Varianz innerhalb der Online-Angebote der Hersteller selbst.

Shop Experience: Shop Experience betrachtet die Bedien- und Nutzerfreundlichkeit speziell im Shop-Bereich einer Website für den Anwender. Dadurch ergeben sich Implikationen für die Fähigkeit eines Onlineshops, Umsätze zu generieren.

Hierbei ist die Leistungsfähigkeit der verschiedenen OEMs stark fragmentiert. In diesem Bereich liegt das größte Innovations- und Optimierungspotenzial.

Customer Service: Customer Service beschreibt die Interaktionsmöglichkeiten zwischen Anbietern und Kunden. Er ist ein essentieller Bestandteil für Kundenzufriedenheit und Wiederkaufwahrscheinlichkeit. Während einige Hersteller bereits einen ausgereiften Customer Service anbieten, hinken einige OEMs in diesem Punkt noch weit hinterher. Gängige Features wie Online-Terminvereinbarung, Auftragsnachverfolgung oder „Quick- bzw. Search-as-You-Type“ sind zwar im Kommen, jedoch längst nicht Standard.

Über uns:

eccelerate ist eine international tätige, führende Strategieberatung im Bereich Digital Growth & Innovation. Alle Berater sind erfahrene Industrieexperten und verfügen über langjährige Erfahrung in der Entwicklung, dem Aufbau und der Optimierung digitaler Geschäfts- und Interaktionsmodelle.

KBC ist eine international tätige, mittelständische Unternehmensberatung aus München, die Ihre Wurzeln in der Automobilindustrie hat. KBC verfügt über breite Erfahrungen im After Sales. Neben der Analyse und Weiterentwicklung von After Sales Strategien liegen weitere Stärken der Firma in den Bereichen Serviceorganisations- und Prozessdesign sowie Serviceproduktentwicklung.

Zusammen sind eccelerate und KBC Ihr ganzheitlicher Partner, der nicht nur ihre E-Commerce Strategie auf ein neues Level heben kann, sondern auch die relevanten After Sales Prozesse versteht und diese optimal auf die Bedürfnisse Ihrer Kunden ausrichten kann.

Neugierig geworden?

Sind Sie neugierig geworden und interessieren Sie sich für Ihren spezifischen Ergebnisreport? Möchten Sie mit uns Ihre individuellen Handlungsfelder in einem unverbindlichen Gespräch diskutieren? Dann kommen Sie auf uns zu und kontaktieren Sie uns unter:

Marc Perbix

E-Mail: m.perbix@kbc-consultants.com

Mobil: +49 (0) 151 14 84 72 23



Lennard Grewe

E-Mail: lennard.grewe@eccelerate.de

Mobil: +49 (0) 173 24 35 853

