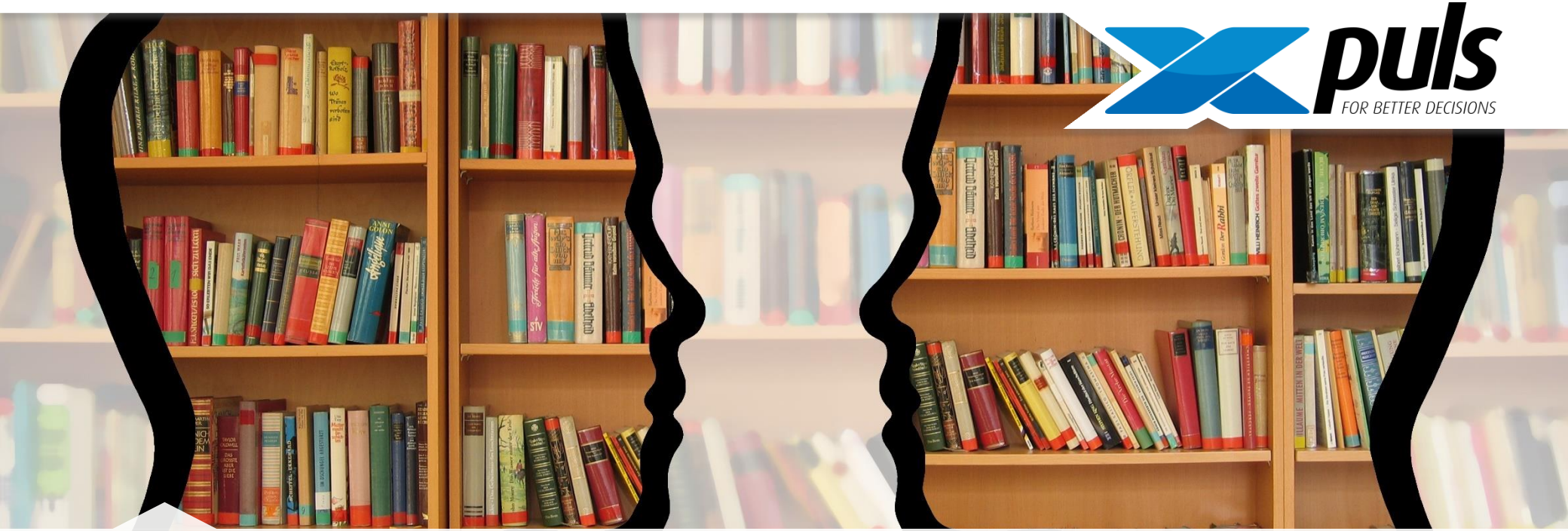


Automobilverkäufer 4.0

Neue puls Studie

puls Marktforschung GmbH
Röthenbacher Straße 2
90571 Schwaig bei Nürnberg

www.puls-marktforschung.de

Studiendesign

Zielgruppe
Personen, die in den nächsten 12 Monaten den Kauf eines Autos planen oder in den vergangenen 12 Monaten ein Auto gekauft haben.

Stichprobe

Gesamt
n=2.018

Erhebungsmethode
Online

Befragungsdauer
ca. 10 Minuten

Befragungszeitraum
Januar/Februar 2017

Konzeption, Durchführung und Empfehlungen
puls Marktforschung GmbH Schwaig b. Nürnberg

Die Studie beantwortet u. a. folgende Fragen

- **Sind Automobilverkäufer Auslaufmodelle? Werden sie in Zukunft an Bedeutung gewinnen oder verlieren?**
- **Welche Stärken des Verkäufers sehen die Kunden? In welchen Bereichen gibt es Verbesserungsbedarf?**
- **Empfehlen die Kunden eher ihre Marke, ihren Händler oder doch den Verkäufer weiter? Inwieweit beeinflusst Verkäuferzufriedenheit die Loyalität zur Marke und zum Händler?**
- **Haben die Kunden im Autohaus eine klare Vorstellung von Ihrem Wunschfahrzeug oder benötigen Sie noch persönliche Beratung? Welche Beratungsthemen sind dem Kunden dabei wichtig?**
- **Wie lange informieren sich die Kunden vor dem Autokauf im Internet? Wie ticken „digitale“ Autokäufer? Welche Anforderung haben sie an persönliche Beratung?**

Nutzen Sie diese puls Studie als Grundlage für bessere Entscheidungen und Strategien.

Hätten Sie gewusst, dass…

- … **Jüngeren** eine aktive Beratung wichtiger ist als Preisnachlässe
- … **4** von **5** Autokäufern die Kontaktqualität zum Verkäufer positiv bewerten
- … Autokäufer im Durchschnitt **93** Minuten lang vom Verkäufer beraten wurden

Die … des Verkäufers und … bleiben den Kunden im Gedächtnis.

Positive Erlebnisse mit dem Verkäufer

	Gesamt			≤ 30 J.	31-50 J.	> 50 J.
						24
						23
						13
						12
						12
Fachkenntnisse	8	**9**	5	4	9	**11**
Gespräch mit dem Verkäufer/ Small Talk	7	6	**9**	**9**	6	6
Probefahrt	6	6	**7**	5	7	7
Angebot an Kaffee & Gebäck	6	**6**	5	5	6	7
Schlüssel-/ Fahrzeugübergabe	5	5	**6**	5	5	5

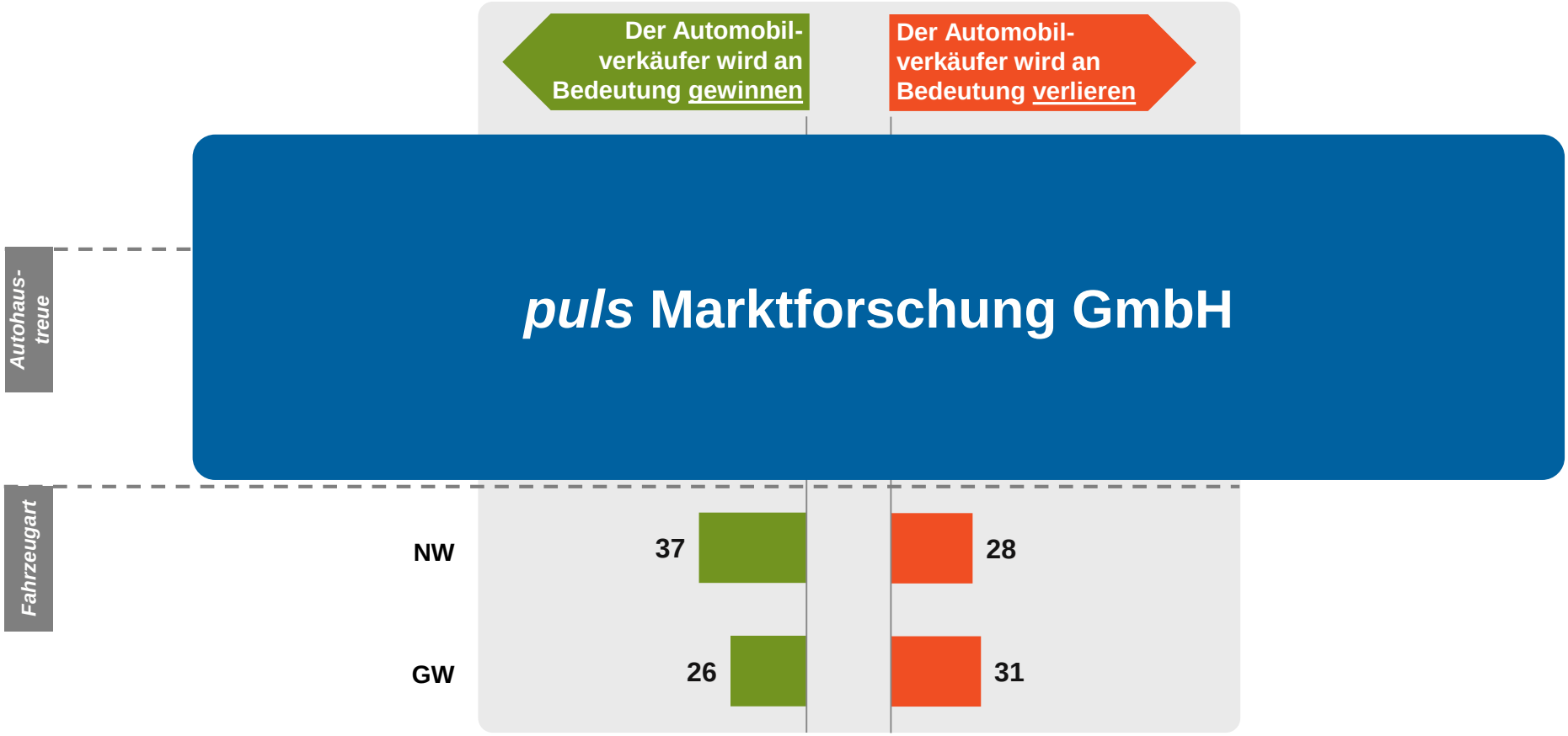
puls Marktforschung GmbH

Basis: n=651 | Angaben in %

Insbesondere für die … Kunden wird der Verkäufer in Zukunft an Bedeutung gewinnen.

Klassische Automobilverkäufer im Internetzeitalter - Bedeutung Automobilverkäufer 1/2

Welcher Aussage stimmen Sie eher zu?



Basis: n=variiert | Angaben in % | Abfrage auf einer bipolaren 5-er Skala

Bestellformular
„Der Automobilverkäufer 4.0“

Hiermit bestelle ich verbindlich folgendes Paket:

☐ **Studie inkl. Ergebnis-Kurzbesprechung** **€ 599,-** zzgl. MwSt.
(als PDF-Version; nicht zur Vervielfältigung)

☐ **Markenspezifische Auswertungen** **Auf Anfrage**

☐ **Maßnahmenworkshop (2 Stunden)** **€ 1.499,-** zzgl. MwSt.
Reisekosten werden separat berechnet

- Ein Exemplar der Studie als PDF (nicht zur Vervielfältigung)
- Präsentation durch Dr. Konrad Weßner
- Anreicherung durch weitere *puls* Studien
- Gemeinsame Ableitung individueller Maßnahmen

Firma: _____
Name: _____
Anschrift: _____
_____
E-Mail: _____
Telefon: _____

Schicken Sie Ihre Bestellung bitte an folgende Faxnummer
+49 (0)911 / 95 35 404 oder per E-Mail an:
schwalke@*puls*-marktforschung.de

© Alle Rechte, insbesondere der Weiterleitung an Dritte oder der Übersetzung, vorbehalten! Alle Texte und Grafiken der Studie sind urheberrechtlich geschützt. Eine Übernahme für private Zwecke ist unter deutlicher Quellenangabe gestattet. Die Übernahme und Nutzung der Daten zu anderen Zwecken bedarf der schriftlichen Zustimmung der *puls* Marktforschung GmbH.

Auswahl aktueller puls Studien

Thema	Erscheinungsdatum	Preis
Der Automobilverkäufer 4.0	Apr 2017	€ 599,-
Fahrer von Ganzjahresreifen	Mrz 2017	€ 299,-
Vertriebspotenziale am POS Werkstatt	Mrz 2017	€ 299,-
Automobilwerbung auf dem Prüfstand	Feb 2017	€ 599,-
Versicherungsvertrieb über den Automobilhandel	Nov 2016	€ 599,-
Connect Me - Automotive After Sales #VierPunktNull	Sep 2016	€ 599,-
Automobilverkauf 2020 - Trends und Strategien für den Automobilhandel	Jul 2016	€ 599,-
Autokäufer*puls* 2015 - Trends bei Neu- und Gebrauchtwagenkäufern	Jun 2016	€ 599,-
Kfz-Teile online kaufen – Geht der Hype weiter?	Mai 2016	€ 599,-
Fahrzeugkonfiguratoren aus Nutzersicht	Apr 2016	€ 599,-

puls über puls

Gründungsjahr:	**1992**
Feste Mitarbeiter:	**18**
Firmensitz:	**Schwaig bei Nürnberg**
Telefonstudio im Haus	

Kerngeschäft: **Integrierte Marktforschung und Empfehlungen für bessere Entscheidungen und Strategien**

Leistungsversprechen: ***For Better Decisions***

Aktive Mitgliedschaften: BVM Korporatives Mitglied im BVM „Berufsverband Deutscher Markt- und Sozialforscher“ · adm · DGOF · ESOMAR

Typische Individualprojekte von puls in der Automobilbranche

Automobilhersteller/Händler	Sales Driver Analysen Markendifferenzierung, Händlerzufriedenheit, Local Hero Konzepte, Marktpotenziale, Kundenfeedbackkonzepte, Analyse und Treiber der Kundenloyalität
Automobilvertrieb 3.0	Customer Journey- und Kundenkontaktpunktanalysen, Multi Channel-Strategien, Google-Insights, Erfolgsmessung von Facebook-Aktivitäten, Autokaufberater GenauMeinAuto
Autobanken/Versicherungen	Händlerzufriedenheit / Beziehungsmanagement zu den Händlern, Customer Journey automobiler Finanzierungs- und Versicherungskunden
Mitarbeiter	Mitarbeiterbefragungen, Employer Branding Konzepte

Laufende Projekte von puls in der Automobilbranche

Autohaus Online-Panel
Händler-Panel bei 1.600 Entscheidern in Autohäusern

***puls*Schlag**
Monatliche Erhebung der Konjunktur- und Verkaufserwartungen der Autohäuser
(Seit 2000 in Kooperation mit der Fachzeitschrift AUTOHAUS)

SchwackeMarkenMonitor/ AUTOHAUS BankenMonitor/ AUTOHAUS VersicherungsMonitor
Jährliche Messungen der Händlerzufriedenheit mit Herstellern/Importeuren, Autobanken und Versicherungen.

Autokäufer*puls*/ Autoflotten*puls*
Markenübergreifende Befragung von monatlich 1.000 Autokäufern und 1.500 Autoflottenkunden (2x jährlich).

Automotive WebScreening/ Google Trends
Analyse der Kundenbewertungen im Web 2.0 sowie der Google-Suchanfragen zu Automobilherstellern, Fahrzeugen, Autohäusern etc.

puls Marktforschung GmbH

Röthenbacher Straße 2
90571 Schwaig bei Nürnberg

Telefon 0911-9535-420
Fax 0911-9535-404

schwalke@puls-marktforschung.de
www.puls-marktforschung.de

Geschäftsführer: Dr. Konrad Weßner · Ust-ID-Nr.: DE 133 554 286 · Ust-Nr.: 241/135/41 284 · Amtsgericht Nürnberg · HRB 11034