

Die Welt von morgen braucht
unsere **Antworten** schon heute

Marktstudie Digital Customer Journey im Autohaus

Strategische Handlungsempfehlungen im Bereich der Digitalisierung des Automobilhandels

Kundentouchpoints, Leadsgenerierung, Customer Experience, Digital erweitertes CI-Konzept (Raumkonzept)

Die zunehmende Digitalisierung beeinflusst die gesamte Wirtschaft und führt zu erheblichen Veränderungen im traditionellen Geschäft der Automobilbranche. Der Automobilhandel sowie deren Autohäuser sind gefordert, sich auf die verändernden Kundenbedürfnisse einzustellen und neu aufkommende disruptive Technologieinnovationen im Vertrieb zu etablieren. Eine Anpassung und Wandlung der Geschäftsmodelle ist somit unausweichlich. Die BCON - Management Consultants führt auf Basis dieser Herausforderungen individuelle Markt- sowie Potentialanalyse im Bereich des Automobilhandels durch. Diese beschäftigen sich mit den neu entstehenden Geschäftsmodellen im Autohaus, den notwendigen Anpassungen am CI-Raumkonzept sowie zukünftigen strategischen Maßnahmenlösungen.

Inhalt der Studie, Stand 15.01.2020:

Ermittlung der Kundenbedürfnisse im heutigen & zukünftigen Automotive Handel / Ableitung daraus entstehender neuer Geschäftsmodelle

- > Identifikation der Kundenanforderungen: Generationenwechsel – Kaufverhalten sowie Bedarfsanalyse der neuen Generationen
- > *Strategien zur Erweiterung* der traditionellen Geschäftsmodelle auf Basis branchenübergreifender Entwicklungen (z.B. Digitaler Car Configurator, Internetvertrieb, Virtual Reality)



Erarbeitung neuer Vertriebskonzepte & Touchpoints zur Leadgenerierung / Wettbewerbsvergleich & Bewertung von Elementen und Konzepten

- > *Identifikation neuer Kundentouchpoints*: Strategieableitung zur Generierung neuer Leads
- > *Wettbewerbsvergleich zur digitalen Customer Journey (CJ)*: Konzeptvergleich der CJ (Pre-Sales bis After-Sales) im Wettbewerb mit dem Fokus auf: CI- & Digital-Elemente, Neuen Touchpoints
- > *Bewertung der CI- & Digital-Elemente & Touchpoints* unter Berücksichtigung der neuen Kundenbedürfnisse



Planung eines digitalen Raumkonzeptes für die Ausstellung / Ableitung eines optimierten CRM / Projektmanagement eines digitalen Schauraums

- > *Konzeptionierung eines Optimal-Schauraums* auf Basis disruptiver CI- sowie Technologie-Elemente
- > *Konzeption eines Test-Mock-Ups* sowie *Optimierung der Customer Experience* im gesamten Vertriebsprozess durch gezielte Schulungen und Trainings



Ableitung strategischer Handlungsempfehlungen für marktspezifische Schauraumkonzepte

- > Ganzheitliche Planung / *Rolloutkonzept* eines digitalen Mock-Up-Raums
- > *Bausteine des Rolloutmanagements*: Durchführung einer Pilotierung, nationale Adaption für Märkte und Regionen, Methoden und Tools, Training und Erfolgsmessung der Umsetzung

