

Meinauto local: Autoverkauf leicht gemacht

Der Neuwagenvermittler Meinauto.de hat vor acht Monaten einen Dienst zur Vermittlung von lokalen Leads gestartet. Das Autohaus Kapinsky in Berlin ist einer von rund 1.300 Partnern, die mit dem System praktische Erfahrungen gesammelt haben.

23.06.16 | Autor: Udo Schwickal



Das Autohaus Kainsky in Berlin hat mit Unterstützung von Meinauto local seinen Fahrzeugvertrieb deutlich angekurbelt. (Bild: Schwickal)

Immer mehr Neuwagenkäufer werden bei ihrer Kaufentscheidung durch ihre Recherche im Internet beeinflusst. Dabei landet laut DAT-Report 2016 mittlerweile jeder zehnte Käufer bei einem Online-Neuwagenvermittler. So hat einer der Branchenführer, Meinauto.de, nach eigenen Angaben jährlich 13 Millionen Besucher auf seiner Webseite, die über 200.000 Neuwagenanfragen an das Kölner Unternehmen richten. Im Gegensatz zu anderen Neuwagenportalen bietet das Unternehmen Meinauto zusätzlich mit Pro-Neuwagen (www.pro-neuwagen.de) eine reine B-to-B-Plattform an. Dort können Autohändler und andere Gewerbetreibende Neuwagen zu Vorzugskonditionen an ihre Kunden vermarkten.

Seit Ende letzten Jahres hat das Unternehmen jetzt einen dritten Vermarktungskanal eröffnet:

Meinauto local richtet sich an alle Autohändler, die von den monatlich rund 20.000 Kundenanfragen auf Meinauto.de profitieren wollen, indem sie als regionaler Händler Kundenleads bearbeiten. Dazu Alexander Bugge, Geschäftsführer von Meinauto.de: „Wir haben erkannt, dass wir über das Portal Meinauto.de unglaublich viele Kunden generieren können und zahlreiche Käufe vermitteln konnten.“

Nicht der Preis entscheidet

Bugge und seine Mitarbeiter mussten aber immer wieder feststellen, dass Kunden trotz des attraktiven Fahrzeugpreises wieder absprangen. „Viele Kunden haben sich trotz eines besseren Angebots dann doch für den Kauf im lokalen Autohaus entschieden. Der Preis war zwar für die Kontaktaufnahme wichtig, aber noch nicht kaufentscheidend“, erinnert sich Bugge. Folglich entschloss sich sein Unternehmen, mit den lokalen Kfz-Händlern zusammenzuarbeiten. „Und so ist die Idee zu Meinauto local entstanden. Eine Win-win-Situation für beide Parteien“, freut sich Bugge.



Erfolgreiche Partner: (v. li.) André Kapinsky, Alexander Bugge, Geschäftsführer von Meinauto.de, und Dirk Schulze, Verkaufsleiter Autohaus Kapinsky. (Bild: Schwickal / kfz-betrieb)

Doch nicht nur der Meinauto.de-Chef freut sich über den erfolgreichen Start des neuen, regional ausgerichteten Geschäftsfelds, auch Partnerbetriebe wie das Autohaus Kapinsky sind damit höchst zufrieden. Geschäftsführer André Kapinsky ist in dritter Generation im Autohandel tätig. Obwohl das Autohaus bereits in den Siebzigerjahren über einen Audi- und VW-Vertrag verfügte, konzentrierte sich Kapinsky Mitte der Neunziger auf den Service für beide Marken. 2014 entschied er sich, die Organisation endgültig zu verlassen und als freier Mehrmarkenhändler zu arbeiten.

Wie bei vielen ausgeschiedenen Markenhändlern war auch für das Autohaus Kapinsky der Neuanfang nicht einfach. Anfangs beschränkte sich das Unternehmen, das von vielen Kunden

weiterhin als VW-Betrieb wahrgenommen wird, auf den Werkstattbetrieb. Mit Fahrzeugen handelte das Autohaus nur in Einzelfällen. Das änderte sich mit dem neuen Verkaufsleiter Dirk Schulze. Dieser hatte zuvor selbst ein Onlineportal zur Neuwagenvermittlung betrieben und kannte daher das digitale Vertriebsgeschäft im Detail. Auch zu seinen früheren Mitbewerbern von Meinauto.de bestanden aus dieser Zeit bereits Kontakte. Dazu Schulze: „Wir haben anfangs nur an unsere Stammkunden Angebote von Pro-Neuwagen vermittelt. Mit dem neuen regional ausgerichteten Geschäftsmodell Meinauto local hat unsere Zusammenarbeit eine ganz neue Dynamik bekommen.“

Sobald ein Kaufinteressent auf Meinauto.de eine Anfrage zu einem Fahrzeugangebot abgibt, unterbreitet ihm der Onlineanbieter ein bundesweites Vermittlungsangebot. Dahinter stecken in der Regel große Vertragshändler, die zusätzliche Verkäufe generieren möchten. Wenn der Kunde fündig geworden ist, holt er sein Fahrzeug entweder beim Hersteller oder bei dem vermittelten Händler ab. Da dieser von ihm meistens weit entfernt liegt, bleibt es in der Regel bei einem einmaligen Kontakt.

Anders bei Meinauto local: Hier erhalten bis zu drei registrierte Autohäuser aus der Umgebung des potenziellen Kunden die Möglichkeit, ihm ebenfalls ein Angebot zu unterbreiten. Der Kunde kommt bei erfolgreicher Kontaktaufnahme in das Autohaus, gibt im Idealfall sein bisheriges Fahrzeug in Zahlung und wird treuer Service- und Aftersales-Kunde. Die Vorteile dieses regionalen Verkaufsmodells betont auch Meinauto.de-Geschäftsführer Alexander Bugge: „Alle in der Branche sprechen von Convenience: Was ist für den Kunden bequemer, als bei der Abholung seines Neuwagens einfach seinen alten Wagen beim Händler in Zahlung zu geben. Diesen Prozess kann ich online nicht besser machen.“

Das Beispiel zeigt einmal mehr, dass nicht alle Dienstleistungen im Autohaus digital abgewickelt werden können. „Die physische Komponente gibt dem Händler eine Chance, da die Kunden dort kaufen wollen, wo sie zum Service gehen können“, betont Online-Fahrzeugvermittler Bugge und ergänzt: „Was der Kunde vom lokalen Händler wünscht, ist genau das, woran der Händler noch sein Geld verdient. Ein perfekter Interessensausgleich.“ Das einzige Problem sei, dass der Kunde häufig nicht mehr ins Autohaus komme. Doch dem könnte man eben mit den Leads von Meinauto local entgegenwirken. „Wir haben die Interessenten, und die Händler gewinnen den Kunden.“

Vertrauensverhältnis aufbauen

Diese Win-win-Situation sieht auch Dirk Schulze, Verkaufsleiter für Neu- und Gebrauchtwagen im Autohaus Kapinsky: „Der Händler hat mit dem weitergeleiteten Lead alle Chancen auf seiner Seite. In dem Moment, wenn der Kunde bei mir im Autohaus ist, kauft er auch.“ Sobald er ein Vertrauensverhältnis zum Kunden aufgebaut und eine Bedarfsanalyse durchgeführt hat, kann Schulze dem Kunden auch ein vom Angebot abweichendes Fahrzeug anbieten.

Aktuell verkauft das Autohaus fünf bis zehn Neuwagen über Meinauto local pro Monat – halb so viele wie Gebrauchte. Doch aus Kapazitätsgründen hat das Autohaus Kapinsky sich bislang nur für die Marke Volkswagen freischalten lassen. Schulze nennt als Grund: „Wir sind erst einmal nur mit Volkswagen gestartet, weil wir nicht mehr Anfragen bearbeiten können. Die Abschlussquote ist sehr hoch.“ Zwar zahlen die Händler keine Teilnahmegebühr bei Meinauto local. Lediglich beim Verkauf eines Fahrzeugs werden aktuell 300 Euro fällig. Ein Lead kann und sollte jedoch innerhalb weniger Stunden bearbeitet werden.

Leads als Belohnung für schnelle Bearbeitung

Händler, die einen Lead zügig und erfolgreich bearbeiten, erhalten von Meinauto.de eine gute Bewertung. Der Händler mit der besten Note bekommt den Lead als Belohnung eine Stunde

früher zugeleitet. Ein Ansporn und zugleich einzigartiger Wettbewerbsvorteil, den das Autohaus Kapinsky aufgrund seines guten Ratings schon mehrfach erfolgreich genutzt hat.

Verkaufsleiter Dirk Schulze will sich daher auch für weitere Marken des Volkswagen-Konzerns freischalten lassen. Schließlich werde das Autohaus aufgrund seiner Markenvergangenheit weiterhin als VW-Betrieb wahrgenommen. Von Meinauto local ist er absolut überzeugt: „Mit diesem System kann sich jeder Gewerbetreibende mit etwas Autohausambiente selbstständig machen.“ Er selbst habe niemals damit gerechnet, auf Anhieb so viele Anfragen zu bekommen. „Sobald wir einen neuen Mitarbeiter im Verkauf eingestellt haben, legen wir los“, freut sich Schulze.

Copyright © 2016 - Vogel Business Media

Dieser Beitrag ist urheberrechtlich geschützt.
Sie wollen ihn für Ihre Zwecke verwenden?
Infos finden Sie unter www.mycontentfactory.de.

Dieses PDF wurde Ihnen bereitgestellt von <http://www.kfz-betrieb.vogel.de>



Erfolgreiche Partner: (v. li.) André Kapinsky, Alexander Bugge, Geschäftsführer von Meinauto.de, und Dirk Schulze, Verkaufsleiter Autohaus Kapinsky. (Schwickal / kfz-betrieb)



Das Autohaus Kainsky in Berlin hat mit Unterstützung von Meinauto local seinen Fahrzeugvertrieb deutlich angekurbelt. (Schwickal)