



AUTOHAUS online

+++ Wissen, was läuft - Studien: der neue Bereich Montag | 15. Dezember |
 ▶ Home ▶ Kontakt ▶ Newsletter ▶ Abo ▶ Sternap ▶ Archiv ▶ Suche

- Nachrichten
- Brennpunkt
- Daten / Studien
- Versicherungen
- Anbieter A - Z
- Ihre Meinung
- Werkstattkatalog
- Karriere
- Anzeigenmarkt
- Akademie
- Buch & Formulare
- Kundenmedien
- Branchenservice
- Verlag



Autohandel

Pkw-Kunden im Internet: E-Mail-Frust statt Kauf-Lust

12.12.2003

Die Qualität der Antworten von Autohändlern auf E-Mail-Anfragen potentieller Kunden ist kläglich. Dies geht aus zwei aktuellen Untersuchungen der Unternehmensberatungen Iltis, Rottenburg, und Comcheck, Köln, hervor. Laut Iltis antworteten nur 30 Prozent der insgesamt 290 angeschriebenen Autohäuser auf die fiktive Anfrage eines GW-Interessenten. Im Vorjahr waren es 21 Prozent. Nur 15 Prozent sendeten ein konkretes Angebot zurück. 65 Prozent der erhaltenen Antworten erfolgten innerhalb von 24 Stunden.



Comcheck schickte 112 Autohäusern jeweils vier E-Mails, in denen u.a. nach Kostenvoranschlägen für Wartung und Ölwechsel und nach den Bedingungen einer Probefahrt gefragt wurde. "Lediglich zwölf der Händler beantworteten jede der vier verschiedenen E-Mails, 24 Händler keine einzige", so das ernüchternde Ergebnis der "Mystery Checker". Unter dem Strich seien weniger als die Hälfte aller Comcheck-Anfragen beantwortet worden.

Auch inhaltlich ließen die Antworten viele Wünsche offen. Laut Comcheck waren mehr als drei Viertel aller Antworten mit Rechtschreibfehlern gespickt. Iltis führte ein außergewöhnlich "schwarzes Schaf" als Beispiel an: "Das Fahrzeug ist aus dritte Hand, hat 205057 Kilometer gelaufen und in ein recht ordentlicher Zustand", hieß es in einer Händler-Antwort.

Rasch informieren und gekonnt nachhaken

Aber es gibt auch Lichtblicke: Als Best Practice identifizierte Iltis die Antwort eines Audi-Händlers. Sie kam innerhalb von 152 Minuten, beinhaltete alle relevanten Informationen und bot darüber hinaus in einem Angebot mehrere Bilder des Fahrzeugs sowie eine Anfahrtsskizze zum Betrieb. Leider nur zwei Händler fragten nach einer Woche erneut nach, ob noch Fragen bestehen und boten ein Alternativfahrzeug an.

Im Markenvergleich liegen laut Iltis Mercedes-Benz und Porsche-Händler mit einer Rücklaufquote von 60 Prozent an der Spitze. Die MB-Agenten hätten jedoch nur 33 von 100 Prozent der möglichen erfüllten Kriterien erreicht, hieß es. Platz drei errang Smart vor BMW, Renault und Subaru. Spitzenreiter in puncto "Kommunikations-Verweigerung" waren hingegen Toyota, Lancia, Peugeot und Mazda. (pg)

Tipp: Rechts in der Downloadbox finden Sie "Zehn goldene Regeln" zur Optimierung der E-Mail-Qualität im Handel.

Zum Th

- ▶ Untersuchung: Kun quo vadis?
- ▶ Neuwagen-Interessenten im Online-Nirwana
- ▶ Auto(ver)kauf: Deutsche gehen am liebsten zum Händl

Downlo

- ▶ Checklist E-Service (application/pdf, 54.1 kB)

Copyright © 1998 - 2003 by AUTOHAUS Online

[zurück](#) [Seite drucken](#) [Schreiben Sie uns!](#) [Artikel empfehlen](#)