

Digitaler Check im Autohaus

Digitale Services | TÜV SÜD Auto Plus unterstützt Autohäuser bei der Umsetzung von digitalen Geschäftsstrategien. Der „Digital Performance Check“ zeigt Betrieben, wo sie stehen und an welchen Stellen es noch Handlungsbedarf gibt.

Auf den ersten Blick sieht die Webseite des Autohauses ganz gut aus. Viele Bilder, professionelles Design, zahlreiche Unterseiten, die man über das Menü ansteuern kann, viele positive Bewertungen im Netz und sogar topaktuelle Daten beim Google-My-Business-Eintrag. „Damit geben sich viele Betriebsinhaber zufrieden und übersehen, dass sich im Laufe der Zeit doch einige Baustellen aufgetan haben, die es dem Kunden unnötig schwer machen, wenn er bestimmte Informationen sucht“, erklärt Matthias Hippel, der sich bei TÜV SÜD Auto Plus um digitale Dienstleistungen für Autohäuser kümmert.

Die professionelle Analyse der digitalen Performance eines Autohauses durch die Profis von TÜV SÜD bringt oft einige gravierende Schwächen der Webseite zutage: So werden viele Leistungen der Autohäuser im Servicebereich überhaupt nicht aufgelistet. Ansprechpartner sind teilweise nicht genannt, oder Telefonnummern stimmen nicht mehr. Ein genauer Blick auf die Gebrauchtwagenvermarktung auf den großen Portalen zeigt, dass die Ausstattung der inserierten Fahrzeuge teilweise nicht differenziert genug beschrieben ist – das lässt potenzielle Kunden im Ungewissen und mindert die Verkaufschancen. Der Wettbewerbsvergleich mit den lokalen Konkurrenten offenbart zudem deutliche Schwächen bei der Auffindbarkeit der eigenen Webseite im Internet.

Kurzfassung

Mit dem „Digital Performance Check“ bekommen Autohäuser konkrete und praxisorientierte Hinweise, wie das eigene Erscheinungsbild und die Wirkung im Internet weiter verbessert werden können.

„Bei der Präsentation unserer Webseiten-Analyse sind viele Autohaus-Inhaber erst einmal überrascht. Sie haben ihre Webseite irgendwann einmal von einer Agentur programmieren lassen. Oft ist gar nicht klar, wer sich im Betrieb eigentlich um die Pflege der Inhalte kümmert“, weiß Hippel.

Dass man zusammen mit dem Kunden Schritt für Schritt die Ergebnisse des „Digital Performance Check“ durchgeht, ist ein wesentlicher Baustein der Beratung durch TÜV SÜD. Grundlage dafür ist die

eingehende Analyse der Webseite durch TÜV SÜD. Bei größeren Autohäusern mit mehreren Standorten nehmen sich die Berater auch mal einen ganzen Tag Zeit und dokumentieren alle Erkenntnisse nachvollziehbar für den Kunden in einem ausführlichen Bericht. „Im zweiten Schritt ist es sinnvoll, gemeinsam konkrete Maßnahmen zu definieren, die angegangen werden sollten“, erklärt Hippel das weitere Vorgehen. In der Regel haben die Autohäuser schon eine Agentur oder einen IT-Dienstleister an der Hand, der für die

Matthias Hippel

Leiter Kompetenzzentrum Consulting der Business Line Consulting, TÜV SÜD Auto Plus

asp: Welche Bereiche schauen Sie sich bei der Webseiten-Analyse an?

M. Hippel: Wir schauen uns alle Bereiche an, Neuwagenverkauf, Gebrauchtwagengeschäft, Teileverkauf, aber natürlich auch den Servicebereich. Gerade im Werkstattbereich zeichnen sich ganz neue und faszinierende Möglichkeiten ab, beispielsweise die Online-Terminvergabe oder sogar der Einsatz Künstlicher Intelligenz. Das funktioniert schon in der Realität.



asp: Was sind denn die wichtigsten Hebel?

M. Hippel: Das ergibt sich aus der Analyse. Autohäuser sollten sich nicht zu viel auf einmal vornehmen und sich auf einzelne Bausteine konzentrieren, beispielsweise die Auffindbarkeit bei Google oder die Steigerung bei den positiven Bewertungen im Vergleich zu den Mitbewerbern. Wir liefern auch immer eine Betrachtung der lokalen Mitbewerber mit, sodass ein Kunde sofort sehen kann, wo er mit seinem Betrieb im Vergleich zur Konkurrenz steht.

asp: Wo hakt es bei der Umsetzung dann am häufigsten?

M. Hippel: Oft sind die Zuständigkeiten nicht richtig verteilt oder werden unklar kommuniziert. Wenn sich ein ohnehin gut ausgelasteter Mitarbeiter nebenbei auch noch um die Inhalte bei Facebook kümmern soll, ist es oft schwierig. Hier muss dann an anderer Stelle entlastet werden. Oft fehlt es auch an Know-how in den Häusern, hier sollte dann ein externer Spezialist herangezogen werden.



alle Abteilungen nachvollziehbar. Verzögerungen in der Aufbereitung und in den folgenden Prozessschritten wie Werkstattcheck, Preisauszeichnung, Online-Vermarktung und Auslieferung gehören damit der Vergangenheit an. Aktuelle Bestandslisten und Standortdaten der Fahrzeuge verschaffen Mitarbeitern den perfekten Überblick im Gebrauchtwagengeschäft.

Verkaufsverantwortliche erhalten mit der webbasierten Anwendung NUMoS (National Used Car Monitoring System) von TÜV SÜD mit wenigen Klicks den Überblick über ihre Unternehmenszahlen im Gebrauchtwagengeschäft. NUMoS erfasst und analysiert sämtliche Parameter, die für die Steuerung des Gebrauchtwagengeschäfts notwendig sind. „Mit NUMoS bekommt der Verantwortliche die relevanten Zahlen in aufbereiteter Form mit anschaulichen grafischen Darstellungen in Form eines Management Cockpits – genau das benötigt man im Tagesgeschäft“, erklärt Hippel die Vorteile des Analyse-Tools. Dietmar Winkler |

praktische Umsetzung sorgen kann. Dabei lässt TÜV SÜD seine Kunden aber nicht allein, sondern begleitet den Fortgang des Projekts, beispielsweise im Rahmen einer monatlichen Remote-Beratung. Die beschlossenen Maßnahmen und deren Umsetzung werden darin regelmäßig abgeglichen, bei Bedarf kann nachgesteuert werden. Weniger ist dann oft mehr, es sollten nicht unerreichbare Zielvorgaben werden, sondern realistische Meilensteine, die mit den vorhandenen Ressourcen auch erreicht werden können. „Lieber zwei, drei konkrete Ziele festlegen und diese dann konsequent umsetzen. Dabei ist es wichtig, Aufgaben zu verteilen und Zuständigkeiten klar festzulegen“, rät Hippel.

Weitere digitale Bausteine

TÜV SÜD bietet Autohäusern neben dem Digital Performance Check noch zahlreiche weitere digitale Dienstleistungen und Produkte an. Vor allem das Gebrauchtwagengeschäft kann mit TÜV SÜD deutlich professionalisiert werden. Die Software CarManagerOne, eine Eigenentwicklung von TÜV SÜD, steuert die Prozesse bei Händlern mit nennenswertem Gebrauchtwagengeschäft von der Fahrzeugannahme bis zum Verkauf Schritt für Schritt und für

www.autoservicepraxis.de

Reifenmontiermaschinen von ATH-Heinl



ATH-Heinl

ATH M72Z



ATH M72 + A34



ATH M52 + A34



- Hochpräzise, verwindungssteife Konstruktion durch Laserbrennschneiden und Roboterschweißen
- Sehr widerstandsfähige Hammerschlag-Pulverbeschichtung
- Pneumatische Montagekopf-Spannung mit einstellbarer, automatischer vertikaler und horizontaler Felgenentfernung

NEU im Sortiment ATH M72Z

- Einfache und schnelle Radspannung:
Mittellochaufnahme mittels Spannflansch und Schnellspannmutter

Typ	M72Z	M72+A34	M52+A34
Preis*	€ 3.099,-	€ 3.025,-	€ 2.599,-
Preis WDK-Kit*	---	€ 524,-	€ 524,-

* Werkseitig montiert, steckerfertig geliefert. Alle Preise verstehen sich zzgl. Fracht und MwSt. Angebot gültig bis 31.08.2019. Verkauf nur über ATH-Vertriebspartner.

ATH-Heinl GmbH & Co. KG | Kauerhofer Str. 2 | 92237 Sulzbach-Rosenberg
www.ath-heinl.de | Tel.: 09661 87764 00 | Fax: 09661 87764 01