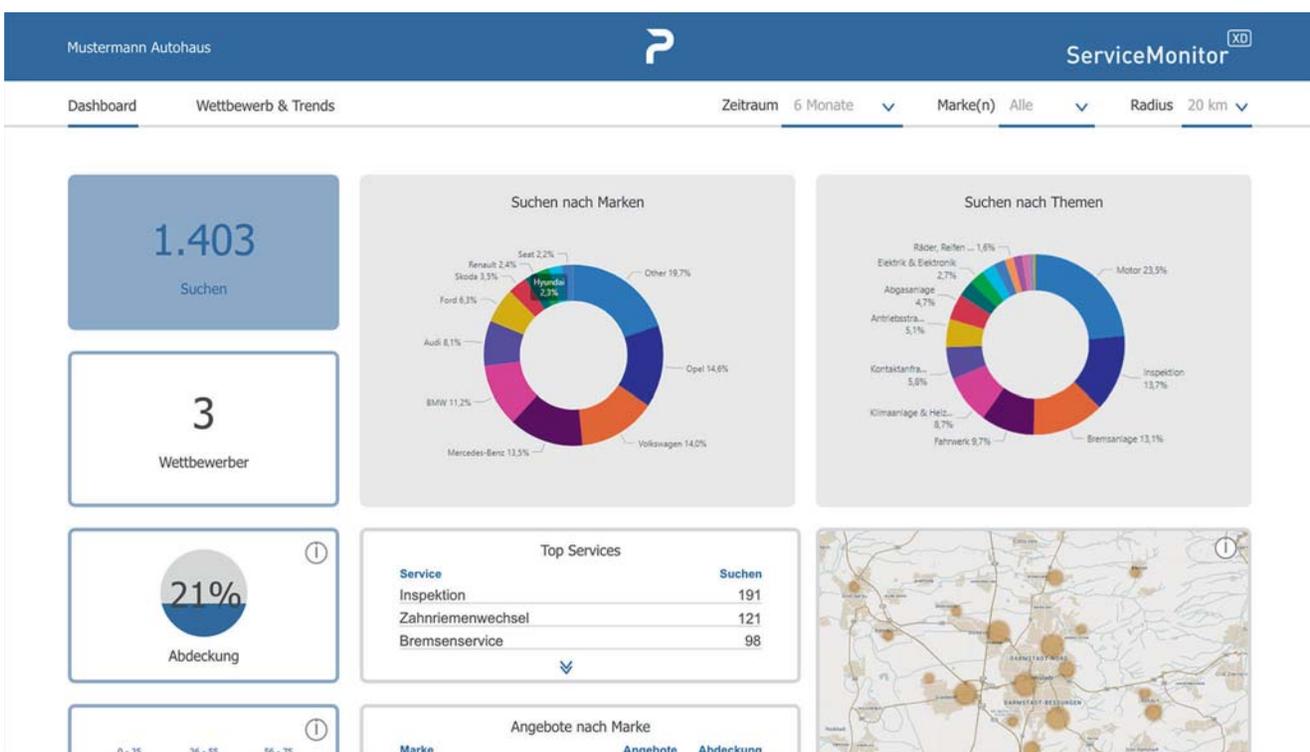


# Digitale Goldadern

**ServiceMonitor** | Der Beratungs- und Datendienstleister Promotor XD hat mit der Übernahme durch die DAT die operative Leitung von Fairgarage übernommen. Mit dem ServiceMonitor profitieren angeschlossene Betriebe von der Analyse großer Datenmengen.



Der ServiceMonitor durchleuchtet den regionalen, digitalen Aftermarket und stellt Werkstätten wertvolle Daten für ein erfolgreiches digitales Servicegeschäft zur Verfügung.

Vor zwei Jahren hat die Deutsche Automobil Treuhand DAT das Beratungs- und Trainingsunternehmen Promotor XD GmbH übernommen und ihm die operative Leitung des Werk-

stattportals Fairgarage übertragen. Für Andreas Serra, CEO der Promotor XD, eröffnete sich damit ein riesiger Datenschatz. „Allein die DAT, nunmehr seit über 90 Jahren aktiv, verfügt über enorme Datenmengen. Dazu kommen die Daten, die wir aus dem Werkstattportal Fairgarage generieren können“, so Serra. Dort sind im Moment rund 18.500 Markenbetriebe und freie Werkstätten angeschlossen. Im Jahr 2021 liefen hier rund 4,5 Millionen Anfragen auf. Aus den enormen Datenmengen hat Promotor XD Tools wie den ServiceMonitor oder Quickcheck entwickelt. Insbesondere der ServiceMonitor konzentriert sich ausschließlich auf den digitalen Aftermarket, erklärt Serra.

## Was läuft in meinem Markt?

Mit dem ServiceMonitor stellt Promotor XD den an Fairgarage angeschlossenen Betrieben wichtige Zahlen und Fakten in Form eines digitalen Dashboards zur Verfügung. Die Werkstatt kann daraus gezielte Erkenntnisse ziehen, was sich im jeweiligen regionalen Markt auf digitaler Ebene abspielt. „Wir sondieren aus den Daten zum Beispiel, was die Nutzer zu welchem Preis in welcher Region kaufen, wie weit sie dafür fahren und welche Produkte, Marken oder Leistungen besonders gefragt sind“, beschreibt Serra. Anhand dieser und weiterer Informationen kann die Werkstatt exakt analysieren, was in ihrem

### Kurzfassung

Promotor XD bietet auf Basis großer Datenmengen von DAT und Fairgarage mit dem ServiceMonitor tiefgreifende Einblicke in das digitale Umfeld einzelner Kfz-Betriebe. Das kann Grundlage für zielgerichtete Aktionen sein.

# „Viele Aktionen beruhen auf einem Bauchgefühl ohne richtige Datengrundlage.“

Andreas Serra, CEO Promotor XD

digitalen Markt passiert, was nachgefragt wird, zu welchen Preisen und in welchen Mengen, um daraus gezielte Aktionen zu entwickeln oder die Preisgestaltung anzupassen. „Viele Betriebe starten heute Marketingaktionen und bewerben darin zum Beispiel bestimmte Serviceleistungen wie Inspektionen oder Frühjahrscheck, tun dies aber aus dem Bauch heraus und wissen gar nicht, ob dafür eine Nachfrage in ihrem Markt herrscht. Sie investieren Zeit und Geld in Aktivitäten, für die sie keine Zahlen haben“, schildert Serra und betont, dass es oft Kleinigkeiten sind, die über Erfolg oder Misserfolg entscheiden.

## Qualität vor Preis

Andreas Serra macht aber auch deutlich, dass die Fairgarage kein Preisportal ist: „Eine Suche nach Preisen ist nicht möglich und von VDA und ZDK nicht gewollt. Die Nutzer können entweder nach Werkstätten in ihrer Region oder gezielt nach bestimmten Serviceleistungen suchen.“ Hat der Kunde die richtige Werkstatt für sein Problem gefunden, kann er sich dafür ein Angebot erstellen lassen. Daraus lassen sich bei der Auswertung der Daten zum Beispiel Erkenntnisse generieren, bei welchem Angebotspreis der Kunde letztendlich kauft oder zumindest Kontakt zu einem Betrieb aufnimmt. So lassen sich Marketingaktionen und Preisgestaltung gezielt abstimmen. „Wir geben mit dem Servicemonitor ganz konkrete und praktische Ratschläge, was ein Betrieb tun kann, um sein Geschäft im digitalen Aftermarket zu professionalisieren“, fasst Serra zusammen.

## Gebrauchtwagen im Fokus

Während der Servicebereich durch den Servicemonitor abgedeckt ist, nimmt Quickcheck unter anderem den Gebrauchtwagenhandel ins Visier. „Der Quickcheck ist sozusagen ein digitaler

Blick auf das Unternehmen, ohne den Betrieb vorab besuchen zu müssen“, erklärt Serra. Auf der Basis von DAT-Daten, aber auch durch tägliche Sichtungen der Internetseiten großer Gebrauchtwagen-Portale, generiert Promotor XD Daten zum Umfeld eines Betriebes, etwa welche Modelle zu welchem Preis nach wie viel Standtagen in der Region verkauft werden. Darüber hinaus analysiert Promotor XD auch die eigenen Internetseiten der Betriebe, etwa zum Ranking bei Google, wie effizient die Seite ist oder wie die Bewertungen ausfallen. „Diese Daten nutzen wir als Grundlage für weitere Beratungen im Betrieb. Da keine vorherigen Anfahr-

ten, Betriebsbesichtigungen oder Testkäufe anfallen, können wir die Beratung preiswert anbieten“, sagt Serra.

Servicemonitor und Quickcheck werden allen Betrieben, die sich bei Fairgarage kostenlos registriert haben, auf Anfrage zur Verfügung gestellt oder proaktiv über den Außendienst der DAT angeboten. Die Tools sind aktuell noch kostenlos und können von den Betrieben regelmäßig oder in beliebigen Abständen abgerufen werden. Auch wenn die Daten auf dem Dashboard übersichtlich dargestellt werden, empfiehlt Andreas Serra für den Einstieg dennoch, zusätzlich eine Beratung in Anspruch zu nehmen. Dieter Vähröder |

## Andreas Serra

CEO Promotor XD

### asp: Wo sehen Sie Fairgarage im Vorteil gegenüber anderen Plattformen?

**A. Serra:** Fairgarage ist dem Handel und der Neutralität verpflichtet und nicht nur dem Ertrag. Wir kommen aus der Praxis und nicht aus der IT. Wir helfen den Betrieben mit unseren Beratern in der praktischen Umsetzung.

### asp: Welche Vorteile hat eine Werkstatt gegenüber dem Wettbewerb durch die Nutzung des Servicemonitors?

**A. Serra:** Sie erhält wertvolle Informationen über das regionale, digitale Geschäft und kann die Geschäftsmodelle dadurch nicht nur digitalisieren, sondern vor allem an die regionalen Wünsche der Kunden anpassen. Das bedeutet mehr und bessere Geschäfte in der Werkstatt.

### asp: In welchen Bereichen kann sich ein Betrieb durch einen Quickcheck verbessern?

**A. Serra:** In den Bereichen Gebrauchtwageneinkauf, Verkauf, Pricing und digitale Prozesse. Und im Service im Bereich Marketing und optimaler regionaler Angebote ohne „Bauchgefühl“, dafür aber mit Fakten. Im Internet durch das Wissen, wie der Kunde den Betrieb sieht. Der Betrieb erhält von uns die notwendige Beratung zur praktischen Umsetzung im täglichen Geschäft.



Foto: Promotor