

Drei Whitepaper von Iskander Business Partner legen dar:

Die Automobilbranche muss verstärkt auf Blockchain, Lead Management und Churn Prevention setzen

München, 18.07.2019. Dieselgate, steigender Wettbewerbsdruck durch internationale Hersteller und disruptive Trends wie Sharing Mobility führen zu massiven Umwälzungen in der Automobilbranche. Viele etablierte Marken kämpfen mit einer sinkenden Kundenloyalität. Um zukünftig wettbewerbsfähig zu bleiben, sollten die Hersteller jetzt drei Themen in ihren Fokus rücken: Churn Prevention, Blockchain und ein effizientes Lead Management. Das zeigt die Unternehmensberatung Iskander Business Partner (IBP) im Rahmen von drei neuen Whitepapers zum Status quo der Automobilbranche auf.

Churn Prevention für mehr Kundenloyalität in der Automobilbranche

Markentreue war gestern: Die Nachwirkungen von Dieselgate, der sich verschärfende Wettbewerb und neue technologische Trends wie die E-Mobility sind nur drei Gründe, die derzeit zur verstärkten Abwanderung von Automobilkunden führen. Gerade deutsche Premiumhersteller leiden an sinkenden Loyalitätsraten ihrer Käufer. Churn Prevention Management – also die Verhinderung von Kundenabwanderung – ist das Thema des ersten Whitepapers von Iskander Business Partner. Um im Wettbewerb zu bestehen, müssen die Automobilkonzerne abwanderungswillige Kunden frühzeitig identifizieren und effektive Gegenmaßnahmen einleiten. „Der wichtigste Faktor dabei ist die Auswertung von kunden- und produktbezogenen Daten: So lassen sich individuelle Abwanderungswahrscheinlichkeiten berechnen, Kunden mit gezielten Maßnahmen ansprechen und die Abwanderung im Vorfeld verhindern“, erklärt Pauline Epple, Autorin des Whitepapers. „Umsatzeinbußen durch eine rückläufige Customer Base werden so reduziert.“

Zentrales Lead Management als Voraussetzung für Neukundengewinnung

Mit dem Whitepaper Lead Management widmet sich Iskander Business Partner explizit dem Thema Kundengewinnung in der Automobilindustrie. Auch dieser Bereich muss der Auswertung zufolge stärker in den strategischen Fokus der Branche rücken. So ist durch die Verbrauchswertumstellung auf WLTP die Zahl der PKW Neuzulassungen in Deutschland Ende 2018 drastisch gesunken – um bis zu 34 %. Diese Entwicklung macht ein erfolgreiches Lead Management für die Hersteller umso wichtiger: Unternehmen erheben zunächst Informationen über den potenziellen Interessenten, analysieren diese und setzen sie im Leadkontakt gewinnbringend ein. Nur so können neue Kunden gewonnen und bestehende gehalten werden. Noch immer gelingt es in der Automobilbranche zu selten, Interessentendaten in einen Kreislauf von einer Lead- bis hin zur Kundendatenbank zu bringen, so die Schlussfolgerung der IBP-Berater. „Die größte Schwachstelle ist die Weitergabe der Leadanfragen vom Hersteller an die Händler. Schuld ist meist eine dezentrale Vertriebsstruktur, die die Weiterleitung der Informationen nicht einheitlich gewährleistet. Hinzu kommt, dass die meisten Vertriebsprozesse in der Automobilindustrie zu viele manuelle Prozesse und Tätigkeiten aufweisen. Hier muss dringend eine strategische Neuausrichtung der Beteiligten stattfinden“, erklärt IBP-Berater Michael Strelow. Die Lösung: Ein digitales Lead

Management System, das den Prozess einheitlich und zentral steuert. Ein solches System bündelt alle Daten, sodass ein zielführender Nurturing-Prozess, sowie Cross- oder Up-Selling stattfinden können und Interessenten ein durchgängiges Einkaufserlebnis ermöglicht wird.

Warum Blockchain in Autos unverzichtbar wird

Der Begriff Blockchain ist vor allem in Verbindung mit der Kryptowährung Bitcoin bekannt. Die Experten von Iskander Business Partner führen in dem Whitepaper aus, weshalb Blockchain-Technologien auch für Automobilhersteller zum Game Changer in der Geschäftsentwicklung werden: Blockchain bietet insbesondere für die Mega-Trends autonomes Fahren und Function on Demand enormes Potenzial. „Um die Kundenerwartungen an Function on Demand Services und autonomes Fahren vollständig zu erfüllen, braucht es eine intelligente Abrechnungstechnologie“, erklärt Michael Strelow. „Autonomes Fahren etwa macht nur dann Sinn, wenn der Bezahlvorgang durch das Fahrzeug und nicht durch den Nutzer erfolgt. Muss der Fahrer selber handeln – etwa um das Parkhaus oder den Ladestrom zu bezahlen – kommt es immer wieder zu Prozessabbrüchen.“ Konkret bedeutet das: Die Fahrzeuge brauchen eine interne Abrechnungsschnittstelle, mit der sie Kosten für Dienste und Produkte automatisch begleichen können. Entsprechende Entwicklungen gibt es bereits. Car-E-Wallet oder Smart Contracts sind zwei Beispiele für Blockchain-basierte Transaktionsdienste, die Abrechnungsmodalitäten autonom und in Echtzeit abwickeln können. „Die Hersteller dürfen hier auf keinen Fall den Anschluss verpassen und sollten solche Technologien unbedingt in die Entwicklung miteinbeziehen“, so Michael Strelow weiter.

Über Iskander Business Partner GmbH

Die 2005 gegründete Unternehmensberatung Iskander Business Partner steht für messbaren Mehrwert und eine ergebnisorientierte Partnerschaft mit den Kunden. Sie berät Unternehmen in den Bereichen Telekommunikation, Information, Medien und Entertainment, Retail, Automotive und Financial Services. Für sie entwickelt Iskander Business Partner umsetzungsorientierte Lösungen, um Produkt-, Marketing-, Vertriebs- und CRM-Strategien zu optimieren oder neu auszurichten. Mit unternehmerisch denkenden und engagierten Beratern sowie spezialisierten Experten begleitet und unterstützt die Unternehmensberatung ihre Kunden maßgeschneidert von der Strategie bis zur erfolgreichen Umsetzung. Vertrauen, Transparenz und Kundenorientierung bilden die Eckpfeiler der gesamten Unternehmensphilosophie von Iskander Business Partner und spiegeln sich in der Arbeit jedes einzelnen Beraters wider.

Folgen Sie Iskander Business Partner

LinkedIn: www.linkedin.com/company/iskander-business-partner
XING: www.xing.com/companies/iskanderbusinesspartnergermbh
Twitter: <https://twitter.com/IskanderPartner>
Facebook: www.facebook.com/IskanderBusinessPartner
Instagram: www.instagram.com/iskanderbusinesspartner/

Pressekontakt:

Fortis PR
Evelyn Erdle/ Ramona Daub
i-b-partner@fortispr.de
089/45 22 78 -17 / -15