

Mit Video und E-Signatur Verträge abschließen

Herausforderung

Weil Kunden immer seltener ins Autohaus kommen, sind Aufbau und Halten des persönlichen Kontakts schwieriger geworden. Zudem drängt die globale Digitalisierung zum online Abbilden des Verkaufsabschlusses.

Lösung

Das Autohaus S+K will eine Video-Beratung einsetzen, die eine elektronische Unterschrift ermöglicht. So können Verkäufer und Kunden persönlich, einfach und bequem korrespondieren und Verträge unterzeichnen.

Ergebnis

S+K startet mit dem Anbieter Snapview aus München, der neben der elektronischen Signatur ein überzeugendes Gesamtpaket aus Datensicherheit, Funktionsumfang und -qualität sowie persönlicher Betreuung bietet.

Herausforderung

Neu Wulmstorf liegt auf dem Land, südwestlich von Hamburg. 20.000 Menschen leben hier zwischen Süderelbe und Lüneburg. Ein Ort wie es viele in Deutschland gibt. Wer den Marketingmanagern Sebastian Gratenau und Mark Bergmann zuhört, spürt angenehme norddeutsche Gelassenheit. Die Menschen in diesem Landstrich schätzen einander. Wer ein Auto kauft, geht ins Autohaus. Wenn es ein Renault oder Toyota sein soll, führt der Weg zum Autohaus S+K. Der Händler betreibt im Umkreis von knapp 70 Kilometern sieben Standorte. Drei davon im Süden von Hamburg, die anderen in Neu Wulmstorf, Buchholz und Lüneburg.

Über 3000 Neu- und Gebrauchtwagen verkaufen die rund 25 S+K-Automobilverkäufer pro Jahr. Die eine Hälfte davon wird bar bezahlt, die andere finanziert oder geleast. Tendenz steigend. Und die Kunden sind informiert. 80 Prozent aller Autokäufer in Deutschland haben Fabrikat und Modell im Internet gefunden oder konfiguriert, bevor sie zum ersten Mal ein Autohaus betreten. In fast allen Fällen bleibt das der einzige Besuch. Bis zur Unterschrift auf dem Kaufvertrag besucht ein Kunde den Händler im bundesweiten Durchschnitt 1,4 Mal. Früher lag der Wert bei drei Besuchen. „In Wulmstorf liegt er dank einer tendenziell etwas älteren Zielgruppe etwas höher“, sagt Bergmann, der für Renault und Dacia zuständig ist. Tendenz allerdings auch hier fallend.

Lösung

Weil das alles so ist wie es ist, spielt der persönliche Kontakt im Alltag der Automobilverkäufer eine – wenn nicht die – wichtigste Rolle. Doch wie soll der in Zukunft noch gehalten werden? Corona gab und gibt der Branche einen Vorgeschmack wie sich Autos verkaufen in den 20-er Jahren dieses Jahrhunderts anfühlt. „Die Kollegen sitzen am Schreibtisch und telefonieren den ganzen Tag“, beschreibt Gratenau das typische Pandemiebild. Kunden kommen selten oder an Lockdown-Tagen überhaupt nicht ins Haus.

” Snapview bietet die digitale Unterschrift im Video-Einsatz an. Davon versprechen wir uns einen Schub.

Sebastian Gratenau, Marketing- und Projektleiter S+K

Wie den Neu Wulmstorfern geht es vielen Händlern: Sie wissen nicht, wie sich Kunden und Märkte in Zukunft verhalten. Noch schätzen die vielen treuen Stammkunden den persönlichen Kontakt zu „ihrem“ Verkäufer. Aber wird das so bleiben? Gratenau und

Kundenfallstudie

Bergmann sehen in diesem möglichen Wandel eine Chance. Sie setzen neben den üblichen Kommunikationskanälen Telefon, E-Mail und Chat zukünftig auf Video-Beratung. Ein Key Feature für das virtuelle Werkzeug ist die elektronische Signatur. Snapview bietet die digitale Unterschrift im Video-Einsatz an. „Davon versprechen wir uns einen Schub“, so Toyota-Mann Gratenau. Denn falls künftig Kunden noch seltener den Weg ins Autohaus finden, können die Verkäufer per Video Verträge abschließen. Der Satz: „Für die Unterschrift müssen Sie nochmal vorbei kommen“ entfällt. Autokauf per Online-Beratung ist die Zukunft.

Und weil schon heute gut die Hälfte aller Fahrzeuge bei S+K finanziert oder geleast sind, wissen die Verkäufer exakt wann Ersatzbeschaffungen anstehen. „Wir können von nun an vor Vertragsabschluss per Video-Anruf persönlichen Kontakt aufnehmen“, erklärt Bergmann. Die 25 Vertriebskollegen müssen also keinen Kunden mehr am Telefon überzeugen, dass er oder sie ins Autohaus marschieren soll. Die Customer Journey, die schon längst zu 80 Prozent online abläuft, kann nun per Video fast komplett digital abgebildet werden. Nur für die Probefahrt ist der Besuch noch notwendig. Und das ist auch gut so, verdeutlicht Gratenau: „Wir sind überzeugt von den Vorteilen, die Tools wie Snapview in Sachen Digitalisierung bieten. Gleichzeitig ist unser Ziel, den persönlichen Kontakt auch vor Ort weiter zu pflegen und Kund*innen von der Marke S+K zu überzeugen.“

Ergebnis

Bekannt machen wollen die beiden Marketingmanager das Video-Angebot von Snapview intern über Schulungen der Kollegen. Potenzielle Kunden wiederum finden auf der Homepage entsprechende Buttons, die anregen, einen Video-Termin zu vereinbaren. Wer darauf klickt, dem bestätigt S+K binnen 30 Minuten den Termin via E-Mail. Schnell, einfach und bequem soll es gehen, sich per Video zu verbinden. Im Alltag können so Verkäufer Fragen zu bestimmten Modellen oder Ausstattungsmerkmalen klären. „Steht das Auto auf dem Hof, kann der Kollege mit dem Handy hinlaufen und die Felgen filmen oder das Navigationsgerät erklären“, verdeutlicht Gratenau. Statt Fotos hin- und herzuschicken lassen sich Details während des Gesprächs klären. Dank Video und E-Signatur gibt es keinen Medienbruch mehr.

www.autohaus-suk.de, www.snapview.de

Über das Autohaus S + K

Klaus Süchting und Heinz Kratzke gründen das Autohaus 1979 im niedersächsischen Neu Wulmstorf. Damals noch ohne Markenbezug, aber mit einer tiefen Überzeugung. Das Firmenmotto lautet: „Geht nicht gibt's nicht“. 1991 steigen die Geschwister Mathias und Christina Süchting ins Familienunternehmen ein. 2010 ergänzt Carsten Schulz die Geschäftsführung. Vertrauen, Herzblut und Engagement sind die Pfeiler des Erfolgs. In Folge der Mobilitätswende bietet das Unternehmen seit 2019 Carsharing im Süden Hamburgs an und sammelt wichtige Erkenntnisse zum Nutzungsverhalten der Kunden. Inzwischen stehen neue Antriebstechniken im Fokus. Mit Toyota ist der Pionier der Hybrid-Technologie seit frühesten Tagen mit an Bord. Seit 2013 ist mit Renault und seinem ZOE zudem ein Vorreiter in Sachen massentauglicher E-Mobilität mit im Portfolio.