

SKOPOS
Automotive



Wer wir sind

Das SKOPOS Team Automotive steht Ihnen bei Ihren Fragestellungen als kompetenter Partner zur Seite.

Sie erhalten von uns keine Standardlösung: Jedes Projekt und jede Fragestellung wird vor Projektbeginn idealerweise persönlich vor Ort besprochen und konkretisiert. Mit Ihnen gemeinsam erarbeiten wir ein lösungsorientiertes Projektdesign, welches auf Ihre individuelle Situation zugeschnitten ist. Sie werden ausführlich beraten, bis ein zur Zielerreichung geeignetes Studiendesign festgelegt wird.

Was wir leisten

Das SKOPOS Team Automotive nutzt sein Branchen-Know-How, um Sie adäquat und individuell zu betreuen – auf einer partnerschaftlichen Ebene. Aufgrund unserer Flexibilität können wir im gesamten Forschungs- und Beratungsprozess schnell auf Ihre Anliegen reagieren. Bestehende Kunden wissen das zu schätzen.

Was bieten wir Ihnen?

Wir finden den passenden Lösungsansatz zu Ihrer Fragestellung, indem wir aus einem umfangreichen Methodenpool schöpfen:

- Kundenzufriedenheitsbefragungen
 - Konzept- und Produkttests
 - Mitarbeiterbefragungen
 - Mystery Research
 - Imageanalysen
 - Werbeerfolgsanalysen
- und viele weitere Methoden.

Auf dieser Basis liefern wir Ihnen maßgeschneiderte Lösungen und konkret umsetzbare Handlungsempfehlungen.

Wir tun noch etwas mehr für Sie!

Für uns ist die Beratung auf Basis der Ergebnisse selbstverständlich. Wir lassen Sie mit den Ergebnissen nicht alleine, sondern begleiten Sie bei der Umsetzung von Maßnahmen, geben Schulungen und halten Workshops und Vorträge.

SKOPOS – Händlerzufriedenheitsbefragung

Studienhintergrund

- Entwicklung eines Systems zur kontinuierlichen Optimierung der Händlerstrukturen im Rahmen eines zweistufigen Händlersystems bestehend aus Haupt- und Nebenhändlern für einen renommierten japanischen Automobilhersteller

Herausforderung

- Akzeptanz innerhalb der Händlerschaft und im Händlervorstand schaffen
- Tiefgehendes Verständnis der Basis der Kooperation unter den Händlern, die wichtiger Bestandteil für den Unternehmenserfolg ist
- Entwicklung eines dynamischen Befragungssystems, welches den Händlern die Möglichkeit gibt, kontinuierlich mit den Ergebnissen zu arbeiten

Lösung

- Durchführung von deutschlandweiten Händlerworkshops und Einzelinterviews in der Händlerschaft zwecks Erhöhung der Akzeptanz und besseres Verständnis durch weitere Einbindung der Beteiligten
- Erarbeitung differenzierter Maßnahmenpakete je nach Ergebnis der regelmäßigen Befragungen innerhalb der Händlergruppen
- Verknüpfung der Befragungsergebnisse mit betriebswirtschaftlichen Kennzahlen im Rahmen einer Dealer Score Card zwecks Bereitstellung eines leicht nachvollziehbaren Controlling Instruments
- Kontinuierliche Priorisierungshilfen bei der Maßnahmenplanung

SKOPOS – Reaktionszeitmessung bei Kundenanfragen

Studienhintergrund

- Die aktive Anfrage eines potentiellen Kunden an den Hersteller über Internet, Telefon oder per Post ist eine wichtige Chance für den Aufbau einer Kundenbeziehung
- Überzeugt der Hersteller an diesem Punkt, kann der positive erste Eindruck ein Grundstein für den weiteren Prozess sein
- Enttäuscht der Hersteller die Erwartungen des potentiellen Kunden, bleibt die Chance ungenutzt, den Kunden vom Service und Produkt des Herstellers zu überzeugen

Umsetzung

- Für einen deutschen Automobilhersteller im Premiumbereich untersucht SKOPOS in 12 europäischen Märkten, wie schnell die nationalen Verkaufsgesellschaften auf Kundenanfragen reagieren
- Mystery Shopper (Testkäufer) in den einzelnen Ländern fragen dabei Probefahrten oder Broschüren per Telefon oder Internet an

Herausforderung

- Europaweite Feldorganisation
- Berücksichtigung länderspezifischer Unterschiede bezüglich Markt und Hersteller



- Der Kunde erhält Aufschluss über Optimierungspotential bei der Bearbeitung von Kundenanfragen mit dem Ziel, potentielle Kunden ab dem Erstkontakt zufrieden zu stellen und sich positiv vom Wettbewerb abzuheben.
- SKOPOS verbindet dabei Branchenkenntnis im Automobilbereich mit internationaler Erfahrung im Mystery Research.

SKOPOS – Produktevaluation

Studienhintergrund

- Studie zur Einführung des Nachfolgemodells eines Kleinwagens
- Ziel ist die Steigerung der Abverkaufszahlen bzw. die Bestimmung von attraktiven Ausstattungspaketen zur kurzfristigen Unterstützung dieses Ziels

Umsetzung

- 2-stufiger Ansatz:
 - Durchführung von *Fokusgruppen* mit der Kernzielgruppe (Geschlecht, Alter, Zweitfahrzeug im Haushalt) für ein vertiefendes, qualitatives Verständnis der Wahrnehmung und Präferenzstrukturen dieser Gruppe
 - *Online-Befragung* der Zielgruppe und Fahrerinnen anderer Kleinwagen zur quantitativen Absicherung der Ergebnisse der Fokusgruppen, Rekrutierung der Teilnehmerinnen durch SKOPOS eigenes Online-Panel

Handlungsempfehlungen

- Aus den Ergebnissen der Studie werden für den Automobilhersteller realistisch umsetzbare Handlungs- und Optimierungsempfehlungen abgeleitet
- Als von der Zielgruppe favorisierte verkaufsfördernde Maßnahmen wurden die Inhalte von Options-Paketen und Bestandteile eines Sondermodells zusammengestellt.

Ergebnis

- Der Hersteller brachte ein Sondermodell mit entsprechender Ausstattung und Preisvorteil auf den Markt



Entwicklungskosten im Automobilbereich sind hoch. Wir helfen Ihnen herauszufinden, was der Kunde will, um teure Fehlentwicklungen zu vermeiden. Wir beraten Sie während des gesamten Entstehungsprozesses eines Fahrzeuges – vom Konzept bis nach der Markteinführung.

SKOPOS – Komplettbetreuung Sales und After Sales

Studienhintergrund

- Entwicklung eines ganzheitlichen Konzepts zur Optimierung der Prozesse im Sales und After Sales Bereich für einen Automobilhersteller mit dem Ziel, die Kundenzufriedenheit zu steigern und die Kunden langfristig an das Unternehmen zu binden
- Unterstützung von Sales Aktivitäten mit Mystery Ansätzen

Umsetzung

- Telefonische Kundenbefragungen (CATI) von Neuwagenkäufern, Werkstattkunden und Abwanderern in beiden Bereichen mit dem Ziel, Treiber für Zufriedenheit zu identifizieren sowie Optimierungspotential aufzuzeigen
- Die Ergebnisse werden permanent online zur Verfügung gestellt und in verschiedenen Aggregationsebenen dargestellt (Händler, Gebiete, Zeitverlauf)
- Begleitung von Außendienst- und Händlerworkshops
- Mithilfe bei der Erarbeitung eines margenrelevanten Incentivierungssystems für den Handel

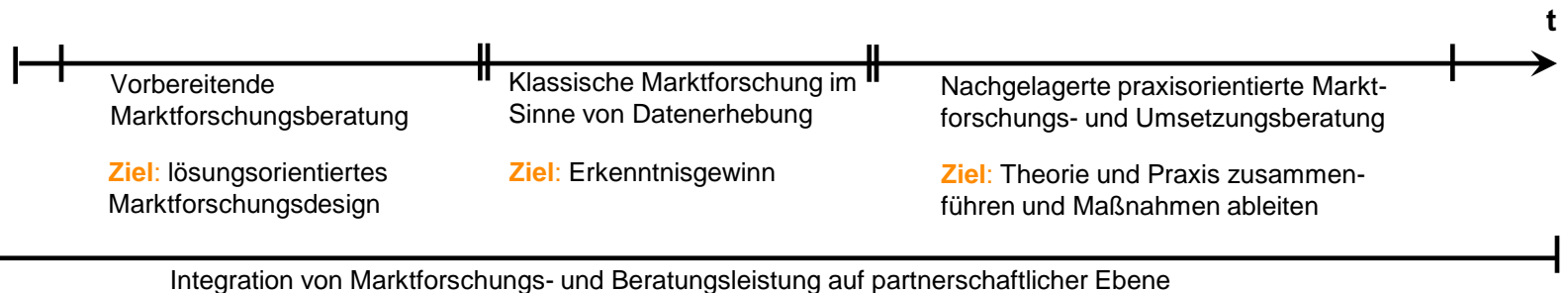
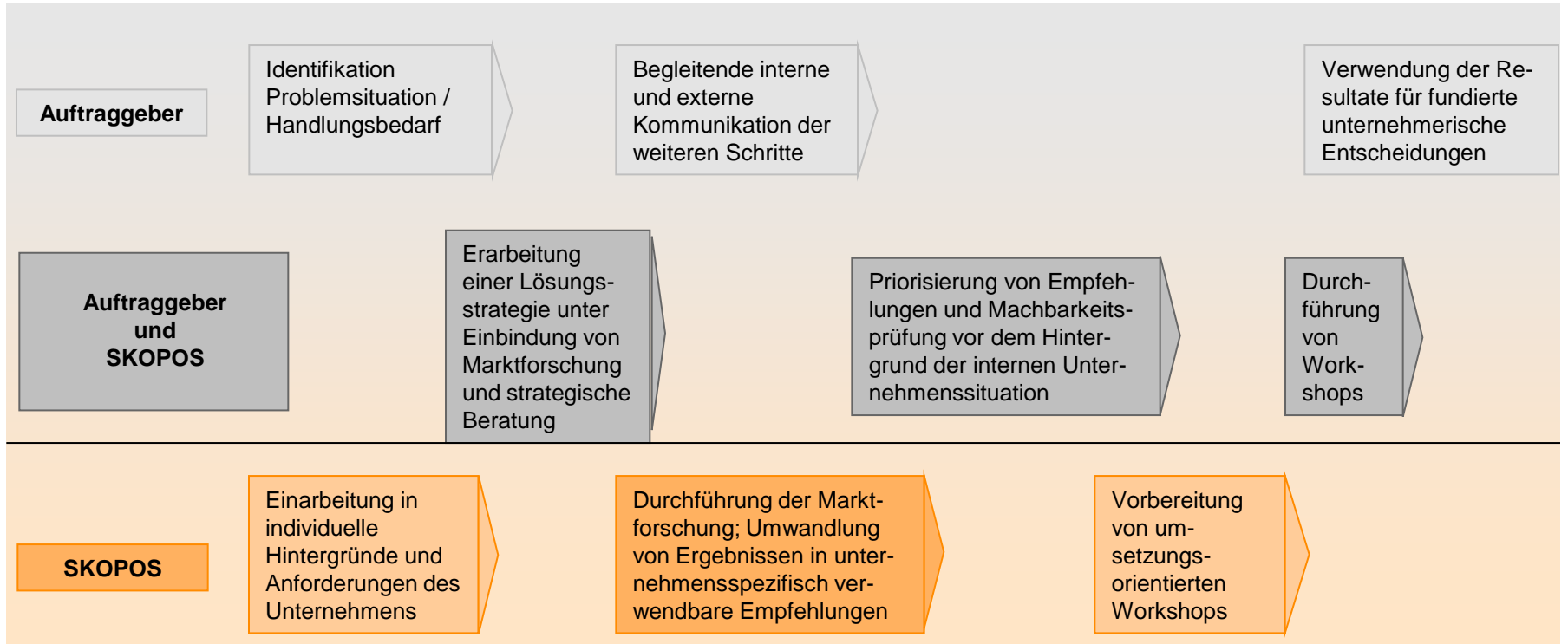
Ergebnisse

- Komplette Händlerschaft arbeitet mit den erhobenen Ergebnissen und erstellt in einem von SKOPOS entwickelten Online-Reporting-Tool Maßnahmepläne, die die einzuleitenden Verbesserungsmaßnahmen festschreiben und die von den beteiligten Parteien (Management, Außendienst, Handel) nachverfolgt werden können



Die ganzheitliche Herangehensweise vermittelt dem Automobilhersteller ein permanentes Feedback aus dem Markt (Sales und After Sales) und garantiert über die Implementierung der Maßnahmepläne ein nachhaltiges „Arbeiten mit den Ergebnissen“.

Ganzheitlicher Marktforschungsprozess



SKOPOS – Methoden, die wir für Sie anwenden

Die Palette der möglichen Marktforschungsmethoden ist undenkbar groß.

Wissen Sie z.B., wann Sie

- eine Omnibusbefragung,
- einen Konzepttest,
- eine Fokusgruppe,
- einen Usability-Test oder gar
- einen Tachistoskop-Test zur Beantwortung Ihrer Fragen wählen?

Sie sind sich nicht ganz sicher? – Müssen Sie auch nicht! Denn letztlich ist die Methode nur Mittel zum Zweck, d.h. hierum kümmern wir uns.

Wir definieren und konkretisieren mit Ihnen gemeinsam die Fragestellung – immer vor dem Hintergrund der aktuellen Situation Ihres Unternehmens. Dann kümmern wir uns um die Wahl der Methode/des Methoden-Mix sowie um Stichprobengröße und Entwicklung oder Finetuning des Fragebogens/Leitfadens.

Durch Erfahrungen mit Studien im Automobilbereich entwickeln wir unsere Vorgehensweisen kontinuierlich weiter – wir lernen permanent von den Herausforderungen, die die Praxis an uns stellt.

Standardlösungen können und wollen wir Ihnen nicht liefern! Bevor wir forschen, stellen wir Fragen – denn nur so können wir Ihnen individuelle Lösungen bieten.

Methoden:

- CATI-Befragungen
- CAPI-Befragungen
- Desk Research
- Explorative Verfahren
- Face-to-Face Interviews
- Gruppendiskussionen
- Inhaltsanalysen
- Online-Befragungen
- Panel-Befragungen
- Usabilitytests
- Studiotests
- Schriftliche Befragungen
- Testkäufe

SKOPOS

Institut für Markt- und
Kommunikationsforschung GmbH & Co. KG
Hans- Böckler- Straße 163
50354 Hürth
Phone: +49 (0) 2233 9988-880
Fax: +49 (0) 2233 9988-111
mail@skopos.de
www.skopos.de



Follow us on

