

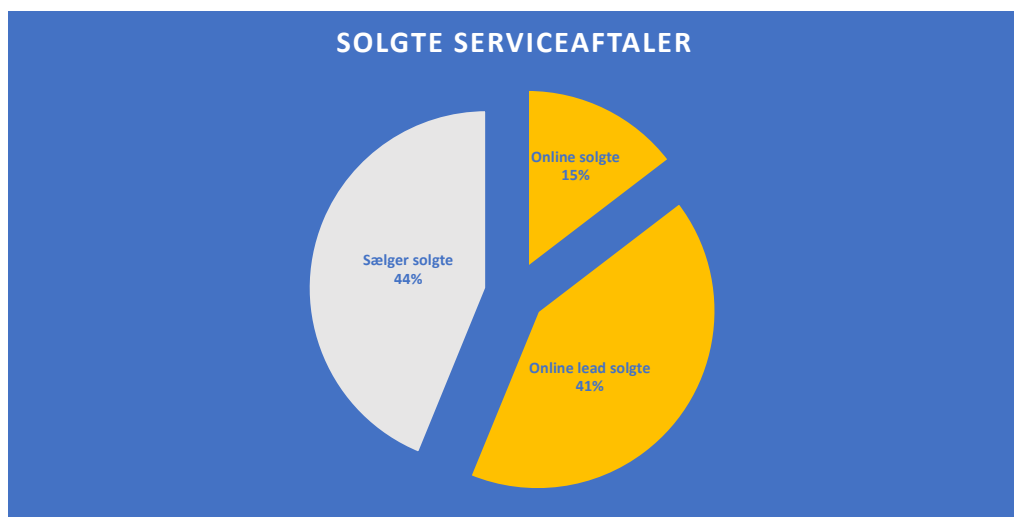
April 2022

# Nyhedsbrev

**”Har du prøvet med ONLINE SALG af serviceaftaler?  
Det lød for godt til at være sandt, syntes jeg. Men der  
var ikke noget at tabe, så derfor gik jeg med. Og jeg  
må sande, at halvdelen af mit månedlige salg i dag  
kommer ind via online kanaler” (citat)**

MiCAR hjælper bilforhandlere og værksteder med online salg af serviceaftaler. Hvordan går det med salget, og giver det overhovedet mening at sælge serviceaftaler online?

JA – det GIVER MENING! og JA – det BIDRAGER! Det er de korte svar på spørgsmålene. Nedenfor ses fordelingen af solgte serviceaftaler i perioden fra 1. august 2021 til 31. marts 2022. Tallene viser, at normale sælger-solgte serviceaftaler udgør 44% aftaler og online solgte bidrager med 56% serviceaftaler. Samlet set hjælper online salg af serviceaftaler dig en fordobling af salget (+127%).



Skriv eller ring for en uforpligtende introduktion til mulighederne.



*Hvad gør du når din kunde klager over at han ~~er~~ bliver trukket for overkørte km på en servicekontrakt?*

*Svar: Du refunderer tabet helt eller delvist*

## Undgå de bekostelige samtaler om overkørte kilometer når servicekontrakten udløber?

De fleste kender problemet, når man gennemregner servicekontrakten til udløb, og opdager at kunden har overkørt, og at værkstedet ikke har informeret kunden med rettidig omhu. **Hvad gør du? Svar: Du refunderer kunden helt eller delvist. Det er dyrt, men effektivt. Spørgsmålet er hvordan du helt kan undgå at komme i de situationer igen?**

De fleste i bilbranchen kender problemet. En loyal kunde er på værkstedet ved udløbet af en serviceaftale og man opdager, at kunden har kørt mere end aftalt i kontrakten. Samtalen er rigtig svær, da regningen nemt løber op i flere tusinde kroner. Og ikke nok med det er kunden ofte ved udløb på udkig efter en ny bil og man frygter at miste salget når man præsenterer kunden for en stor ekstraregning. Ofte lader man kunden 'slippe' eller beregner et refunderet beløb, hvilket kan betyde et indtjeningstab på mange tusinde kroner årligt.

**Hvor meget er der egentlig at hente på at komme problemet i forkøbet?**

Et deep-dive ned i en konkret kundebase viser, at kunder der bør beregnes for overkørte kilometer i gennemsnit kører 6.000 kilometer over. Med pris på 0,5 kr. pr. overkørte kilometer løber det op i 3.000 kr. pr. kunde, der burde efterbetales. Refunderer du helt eller delvist og har bare et par håndfulde af disse kunder pr. måned løber det nemt op i 180.000 kr. pr. år i for meget givet rabat.

**Hvordan undgår du disse ærgerlige tab?**

Der findes løsninger, som kan håndtere overkørte kilometer. Enten hjælpe kunden med at få justeret sin ydelse i tide eller forventningsafstemme med således, at man undgår den ubehagelige snak på værkstedet. Tal med MICAR om online salg af serviceaftaler kombineret med intelligent kommunikation og hvordan du kan slippe af med de ubehagelige samtaler.

*Sandheder om bilbranchen – din værste opgave som serviceraådgiver?*



## Får du nok i afkast af dine digitale initiativer? Se afkast-rapporten her.

**Afkastet af de digitale initiativer er centrale, når bilforretninger og værksteder står overfor valg af nye tiltag, samarbejdspartnere og løsninger. MiCAR sætter derfor fokus på hvad man som minimum skal forvente i afkast**

Er du én af de mange som frygter, at du ikke får nok ud af dine digitale investeringer? Og er du i tvivl om hvilken valuta man bør måle afkastet i?

Start ud med at fastlægge hvad dit mål var, da du påbegyndte dine digitale rejse. Foretrækker du at måle up-stream eller down-stream? Spurgt på en anden måde, er det *indsatser* du måler på (visninger, besøgende, sendte mails osv) eller er det *resultater* (kunder, mersalg og indtjening)?

MiCAR Auto e-Commerce måler på *resultater*, og derefter på *indsatser*, som primært anvendes til at optimere vores initiativer, så vi hele tiden sikrer et forbedret afkast, til gavn for vores samarbejdspartnere. Optimeringen af initiativerne er en integreret del af vores pakker, og de koster derfor ikke ekstra.

### Udviklingen i den AKTIVE KUNDEBASE er et af de mest oplagte målepunkter

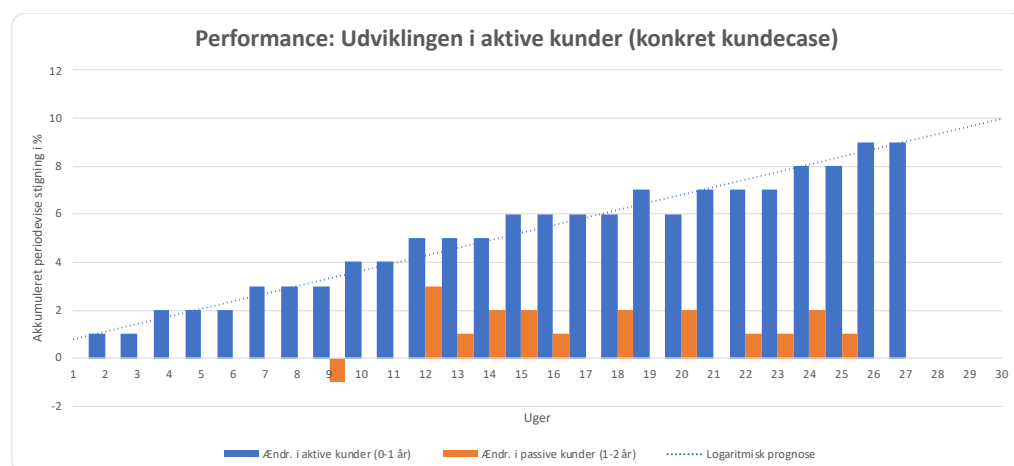
Du kan definere den aktive kundebase, som kunder der har været aktive indenfor det seneste år (aktive kunder 0-1 år). Stiger dine aktive kunder eller falder dine aktive kunder? Når du kender udviklingen i antal aktive kunder er det nemt at gange det gennemsnitlige forventede salg/år, og dermed har du et godt mål for hvordan din omsætning burde udvikle sig. Hermed har du et solidt mål for udviklingen i et af de mest relevante målepunkter i eftermarkedsforretningen, nemlig kundefastholdelse og mersalg.

Nedenfor viser vi udviklingen i aktive kunder for en konkret kunde hos MiCAR Auto e-Commerce. Den aktive kundebase var i udgangspunktet 10.000, og da de aktive kunder steg med 9% på perioden, så fik værkstedet 900 flere aktive kunder. Hvis det gns. eftermarkedssalg er kr. 5.000 pr. år/kunde, så betyder det at den omtalte forhandler kan se frem til en mersomsætning på kr. 4,5 mio. kr./år.

---

*Afkastet af en automatisering kommer i form af en stigende aktiv kundebase*

---



## Kundeadfærdsdata, trigger-based, pre-booking og tabt-kurv

**Der er tale om tiltag, som MiCAR har indført for at hjælpe vores kunder i bilbranchen med at få mere afkast for pengene. Hvad er det? Og hvorfor gør vi det?**

Det handler om at aktivere og hegne dine kunder, så de ikke smutter over til konkurrenterne. Vores analyser viser, at det skal gøres nemt og bekvemt for kunderne, for de fleste kunder ønsker egentlig bare at fortsætte med det de plejer. Kun hvis de føler at det bliver for bøvl, vil de overveje at skifte. Hvad kan vi lære af det?

---

*Trigger-based og personaliseret kundekommunikation er essentielt, hvis du vil sælge noget proaktivt og online*

---

**Booker du også 1 år frem, til næste eftersyn, når du er hos tandlægen?**

Der er tale om princippet ”early bird get’s the worm”, eller pre-booking, som vi kalder det. Hvis du gør det nemt for dine kunder at booke frem til næste service, så sparer du kunden for tid og bøvl, og så ”hegner” du kunden effektivt for konkurrenterne. Hos MiCAR bliver kunderne automatisk inviteret til at pre-booke 1 år frem i tid. 14 dage før værkstedstiden oprinder, sender vi automatisk en påmindelse til kunden. Vil han ændre kan han altid gøre det.

**Hvad sker der, når du forlader indkøbskurven, uden at købe noget?**

Du får hurtigt en venlig påmindelse i din mailbox, hvor du nemt og bekvemt kan genoptage din shopping. Det er en tabt kurv mail. Hvorfor gør vi det? Svar: Fordi det kan betale sig. Det viser sig nemlig, at en god portion af kunderne gladelig påbegynder deres shopping igen, efter en lille påmindelse. Du kender det måske fra dig selv. Hos MiCAR har vi gode erfaringer med at hjælpe kunderne på denne måde, og resultaterne er ikke til at tage fejl af.

**Det er helt afgørende for dit udbytte, at det er nemt og bekvemt for kunderne**

Det er afgørende for sin succes, at det ikke bliver bøvl for kunderne, at være kunde hos dig. For at kunne tilbyde disse unikke funktionaliteter, skal du have 100% styr på kundeadfærdsdata. Hos MiCAR Auto e-commerce er alle de ovennævnte løsninger samt styring af kundeadfærdsdata inkluderet i pakken.

Ring eller skriv for en uforpligtende information.

 **micar** | Mogens Dyrbing | 53545159 | [mogens@micar.dk](mailto:mogens@micar.dk)  
auto e-commerce

## Det kan koste dig dyrt hvis du ikke kan inflationsregulere ydelsen på servicekontrakten

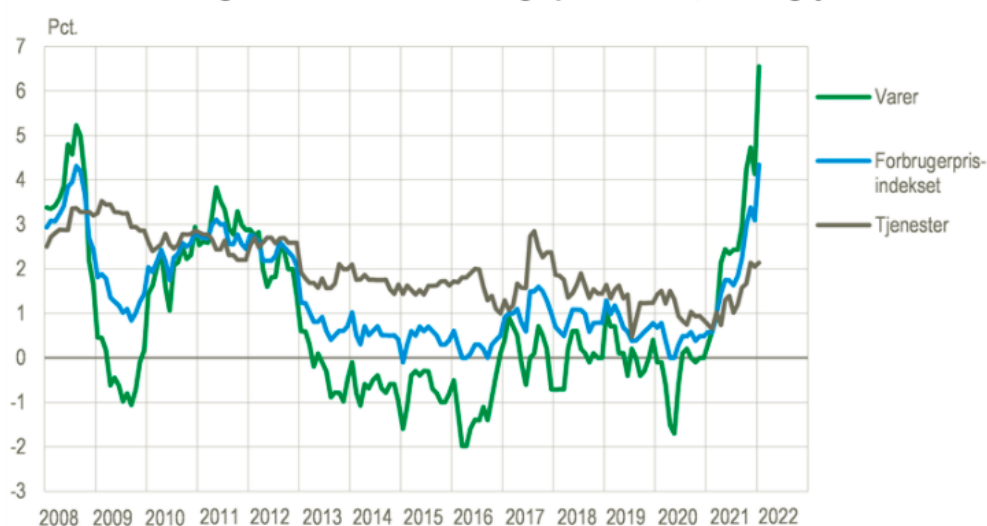
*Inflationen stiger!*

*Er muligheden for en pristalsregulering indbygget i dine servicekontrakter?*

Der er risiko for at det kan koste dig dyrt på dine servicekontrakter, hvis du ikke kan justere for stigende priser.

De stigende priser gør at det kan blive nødvendigt at pristalsregulere ydelserne på servicekontrakterne, hvis man vil undgå at miste indtjening på værkstedet.

Procentvis ændring over 12 måneder i forbrugerprisindekset, varer og tjenester



Kilde: [www.statistikbanken.dk/pris111](http://www.statistikbanken.dk/pris111)

Vi ser desværre ofte at forhandlere og værksteder ikke har indbygget muligheden for at pristalsregulere i deres kundekontrakter. Og med uopsigelige kontrakter med kunderne, kan det koste dyrt i mistet indtjening, når man har fralagt sig justeringsmuligheden.

Jo flere kontrakter du har, des dyrere kan det blive. Vi har regnet på hvor meget man står til at tabe i mistet indtjening på servicekontrakterne.

Regneeksempel: Med 1.000 servicekontrakter og en inflationsstigning på 5% årligt, så står forhandleren/værkstedet til at tabe omkring 250.000 kr./år, hvilket svarer til 1,25 mio. kr. på en 5-årig periode, alt-andet-lige.

Derfor tjek op med det samme hvor du står! Og start med at indføre en inflationsregulering i dine nye kontrakter.

 micar | Stig Andersen | 53545159 | [stig@micar.dk](mailto:stig@micar.dk)  
auto e-commerce

## MiCAR Auto E-Commerce

Wilders Plads 15C  
1403. København K



@Micar Auto E-commerce  
<https://www.linkedin.com/company/micar-aps>