

Bilejerne trodser de autoriserede koncepter, og går i stor stil til de frie værksteder

Tallene fra undersøgelsen taler for sig selv (Motor-magasinet/Voxmeter; ”Disse bilejere foretrækker frie værksteder”). Det underbygges i øvrigt også af branchens egne tal.

Omkostningssiden er tab af værkstedsomsætning, og en meget dyr akkvisitionsomkostning, når den næste nye bil skal sælges.

Er det en nyhed, næ. Det står nærmest støbt i beton. Men hvorfor er det sådan? Og står det til at ændre?

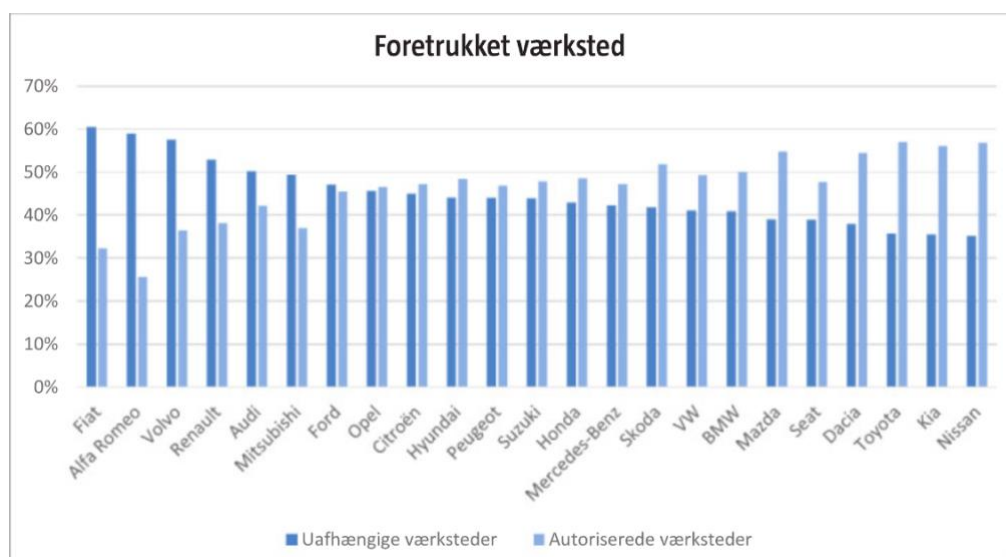
Branchens egne tal viser at efter 3 år, er 50% i snit videre til et frit værksted

En meget stor synder i den autoriserede eftermarkeds-forretningsmodel, er mangel på effektiv eksekvering. Ofte er der tvivl om hvem der har bolden? I praksis falder ansvaret ofte mellem to stole, nemlig mellem salgafdelingen og værkstedet. Resultat: Det bliver ikke gjort.

Systemmæssigt findes der en række udbydere af automatiseret, data-drevet og digital kommunikation og eCommerce, som omkostningseffektivt samarbejder med forhandler og værksted om at mer-sælge og fastholde kunderne, og dermed holder både investeringer og omkostninger nede.

Systemet kan være svært at få op at køre og tungt at drifte, så derfor har MiCAR lavet en række plug-and-play pakker, hvor MiCAR står for det hele, både opsætning og drift, som en outsourcing-service, hvilket i praksis betyder at du kan komme billigt, hurtigt og sikkert i mål.

MiCAR | Peter Zandbergen | 51909971 | peter@micar.dk



Q: "Når din bil næste gang har behov for reparation eller service, forventer du så at benytte et autoriseret eller et frit (uautoriseret) værksted?". Stikprøve: 8.104 nationalt repræsentative interviews, fordelt på ejernes primære bilmærke. Maksimal statistisk usikkerhed: +/- 1,09%-point.

Værkstederne køber deres egne kunder i dyre domme – til slut kan det koste dem livet

Værkstederne har naivt lukket digitale portaler, som f.eks. Autobutler, ind mellem dem og deres kunder, og det er livsfarligt for dem.

Mange værksteder køber systematisk deres egne kunder tilbage gennem portalerne, som tager sig betalt med helt op imod 20% af fakturabeløbet (Motor-magasinet; "Autobutler: Vi har kunderne").

I stedet bør værksteder systematisk fokusere på at fastholde deres eksisterende kunder, gennem automatiseret kundekommunikation og eCommerce. Både værksted og kunde kan spare mange penge.

Der findes flere forskellige udbydere af automatiseret kundekommunikation og eCommerce, som man nemt og billigt kan få adgang til. Hos MICAR tilbyder vi en række plug-and-play pakker på abonnement, med mulighed for 'no-cure-low-pay'.

MiCAR | Stig Andersen | 53545159 | stig@micar.dk

Det er dyrt at hente nye kunder til værkstedet – ofte 10 gange dyrere end at fastholde de eksisterende kunder

Autobutler: "Vi har kunderne"

Her er reaktionen fra Christian Legêne, adm. direktør, Autobutler.

Motor-magasinet har modtaget følgende replik fra Autobutler som kommenta til artiklen [Iværksætter vil bide skeer med Autobutler](#)

Læs også: [Tesla Y er i Danmark – den er først kinesisk, senere tysk, og den skal styrke det danske salg](#)

REPLIK Autobutler.dk har en abonnementsstruktur baseret på en månedlig abonnementsbetaling på 2.000 kr. og dertil en kommission på formidlet arbejde på 20%. Værkstederne har i tillæg mulighed for at øge deres eksponering på autobutler.dk i deres lokalområde, og deltage i diverse



Christian Legêne, adm. direktør, Autobutler

Det er en meget rig og succesfuld virksomhed, der har råd til at købe sine kunder tilbage igen, igen, og igen ...

Mckinsey lærte os at det er 10 gange billigere at sælge til eksisterende kunder, fremfor hele tiden at jage nye.

Til gengæld kan det nogen gange være en god ide at købe nye kunder gennem **BETALTE MEDIER**, som f.eks. Autobutler, reklame, banners, SoMe osv

Bemærk dog, at hvis man i forvejen ikke er god til at fastholde sine kunder, så skal man være meget opmærksom på, hvor meget man betaler for væksten, den kan nemlig blive dyrkøbt, og decideret underskudsgivende.

Hvis du er en af de mange værksteder, der vil blive bedre til at indhegne og fastholde dine kunder, så har vi 3 gode råd herunder:

Fastholdelse er mere effektivt og billigere, for kunden har jo allerede valgt dig

- 1). Du skal begynde med at kommunikere direkte med dine kunder, relevant og personaliseret, og derved flytte din kommunikation fra **BETALTE MEDIER** (reklame, banner, SoMe osv) til dine **EGNE MEDIER** (din egen direkte kommunikationskanal til kunderne).
- 2). Få indsigt og lær mere om dine kunders **KØBSADFÆRD** gennem en struktureret og systematisk indsamling af kundedata.
- 3). Brug den indsamlede data til at lave **RELEVANT** og **PERSONALISERET** kommunikation og salg, så kunderne føler at det handler om ham/hende, for så køber de mere hos dig.

Det er omkostningseffektivt og det øger din konvertering med det samme.

MiCAR tilbyder en række plug-and-play pakker, som gør det nemt og billigt at komme i gang.

MiCAR | Peter Zandbergen | 51909971 | peter@micar.dk



Anders Skorstensaard siger om Christian Legênes invitation: - Hos Skorstensaard er vi overbeviste om, at det er sikrere og bedre at skabe sin egen kundeportefølje via egen markedsføring,

Foto: PR

Kilde: Motor-magasinet

Det her er et godt eksempel på et initiativ, der potentielt kan flytte kunder til Renault værkstederne!

MiCAR har valgt at tilbyde outsourcing, for det er de færreste bilvirksomheder, der har automatisering og e-commerce, som kernekompetence

Hvis Renault Danmark kombinerer sin online booking med den aktive kundebase og tilsætter et proaktivt og automatiseret e-commerce system, som f.eks. MiCAR, til suppen, så kan der flyttes på decimalerne.

Det er derfor at vi populært siger, at kundebasen udgør bil-forretningens største ressource. Og den er for en stor dels vedkomne uudnyttet, og udgør et stort potentiale.

Det kan være bøvlet og tungt at aktivere kunderne på værkstedet, så det har MiCAR gjort simpelt og billigt, ved outsourcing.

Vi leverer det som en plug-and-play pakke, så du undgår overarbejde, og vi samarbejder med bilbranchens forskellige system-leverandører, så det bliver nemt og hurtigt at komme i gang.

MiCAR | Mogens Dyrbing | 53545159 | mogens@micar.dk



Q&A med Renault Danmark: Her er fordele og ulemper ved online-service og -reparation

motormagasinet.dk • 1 min read

MiCAR

Wilders Plads 15C
1403 København K