

Nyhedsbrev

Glædelig jul og godt nytår

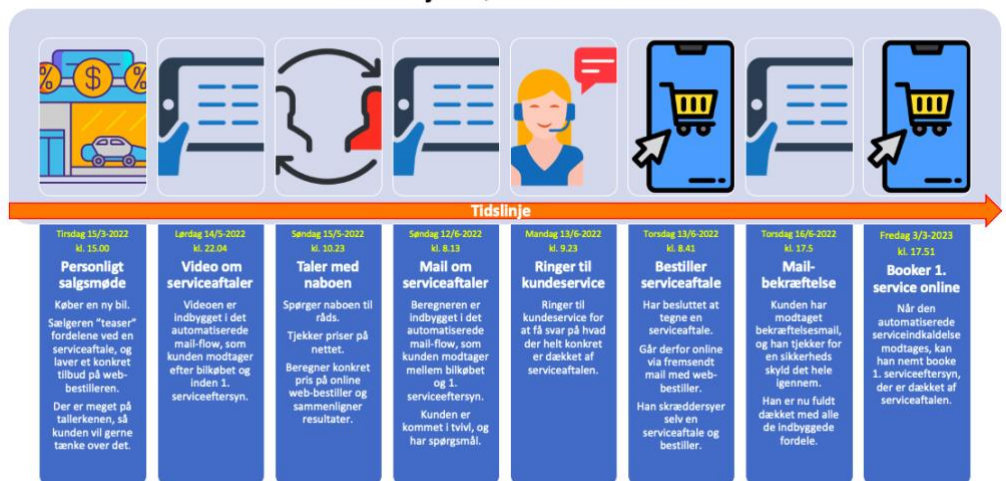
December 2022



Hvordan øges sandsynligheden for at kunden kommer tilbage til dig, hver gang?

Kundernes købsrejse er i stigende grad kompleks, og varierer mellem, personligt besøg, telefonisk kontakt, online selvbetjening, google-søgning, netværk og opfølgende kommunikation. Her er et eksempel.

Kunderejse: Køb af serviceaftale



Figur 1: Kunderejse - kundekøb af serviceaftale

Kunden fra eksemplet, er i kontakt 9 gange vedr. køb af en serviceaftale 😊.

Han besøger bilforretningen 1 gang, i forbindelse med bilkøbet. Han har telefonisk kontakt til kundeservice 1 gang, for at få svar på spørgsmål. Han udveksler erfaring med naboen 1 gang. De resterende 6 kontaktpunkter er online på mobil, ipad og arbejdscomputer. De 5 kontaktpunkter er rettet mod bilforretningen, og den sidste er en google-søgning, for at tjekke eventuelle alternativer.

Ensidig fokus på personligt salg, indebærer en høj risiko for at miste omsætning på værkstedet

Hvis bilforretningen ensidigt kommunikerer via personlig kontakt, så vil det indebære en høj risiko for at både bilforretning og kunde vil gå glip af væsentlig værdi i relationen.

***Ensidigt fokus på
personligt salg øger
risikoen for at miste
omsætning***

Bilforretningen risikerer simpelthen, at ”fisken” ikke går i nettet, men derimod svømmer over i et konkurrent-net, der er mere fin-masket.

Omni-channel kræver data

Eksemplet illustrerer hvorfor det er væsentligt at bilforretningen kan håndtere kommunikation i alle kanaler. Herunder systematisk opsamling af adfærdsdata, for at kunne hjælpe kunden med at huske på hans forskellige valgmuligheder, med høj relevans, på rette tid og sted. Det gør, at han kan fastholde kunden igennem en lang og uforudsigelig købsproces.

MiCAR Auto E-commerce tilbyder ”fiskenet”, eller data-drevne sales automation og e-handels løsninger skræddersyet til eftermarkedet. Kontakt os for mere information.

Skriv eller ring for en uforpligtende introduktion til mulighederne.



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



Hvordan konverteres ”bilkøbmanden” til den digitale verden ...?

Peter Kjærsgaard peger på, at bilbranchen er i en kritisk situation, en ’perfect storm’, med et støt stigende pres, som vil have stor påvirkning på bilbranchen, både på kort og på lang sigt.

Han peger endvidere på, at en mulig løsning er at fokusere på de indre ressourcer i den enkelte bilforretning, herunder især på kompetencer og ressourcer på eftermarkedet, f.eks. plade, maling, klargøring, rust, dæk, rude m.v. Og at især købmanskabet også fremadrettet vil være en stor fordel for bilbranchen.

MiCAR
konverterer ”bilkøbmanden” til den digitale verden, på f.eks. online salg af serviceaftaler og online salg af dæk på dækhotellet



Figur 2: Bilforhandlerne befinder sig i den perfekte storm, Motormagasinet.dk

Der står dog en række ubesvarede spørgsmål tilbage, før strategien kan eksekveres i praksis:

- **Hvordan konverteres ”bil-købmanden” til den digitale verden?**
- **Og hvordan udkommer værkstedet systematisk, med det rigtige service-løsning, til alle de relevante kunder, på rette tid og sted?**

MiCAR AUTO E-COMMERCE, tager udgangspunkt i data, og driver automatiseret og systematisk salg af værkstedernes produkter, målrettet den enkelte kunde, på rette tid, sted og med høj relevans. Det giver resultater, øget kundetilfredshed og omkostningsbesparelser.

Vi har konverteret bilforretningen til den digitale verden, f.eks. i forhold til online salg af serviceaftaler og online salg af dæk på dækhotellet.

Skriv eller ring for mere information.



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

Lad dine kunder købe dæk - direkte online – og hjemme fra sofaen.

Brug dæk- og hjuldata til online salg af dæk og dæktydelser

Det er overskriften på en forretningsmodel som blandt andet Bilja i Sverige dyrker. Det er ideen om, at flage de forskellige forretningsområder, der ligger i bilforretningens eftermarked hjem igen.

Der er dog road-blocks på vejen, for det er ikke nemt at finde en effektiv praktisk og økonomisk model.

Og dog, hvis man anerkender muligheden for at etablere e-handel direkte ud til slut-kunderne, og man anerkender værdien af at kunne automatisere processerne. Og hvis man samtidig vil undgå IT-projekter og uoverstigelige investeringer, der nemt kan slå en god ide ihjel, så skal man se sig om efter en Partner, der kan facilitere løsningen på en SERVICE-MODEL. Det kan bane vejen for løsninger, der har høj hastighed-til-markedet, er omkostningseffektive og som kan skabe salgsresultater direkte hjemme hos slut-kunderne.

Online og data-drevet salg af dæk på dækhotellet: Se video her:

<https://youtu.be/ygliRmZYV0g>



Figur 3 Konkret råd til værkstederne: Tag dækkene tilbage, Motormagasinet.dk

Ring eller skriv for mere information.

 | Mogens Dyrbing | 53545159 | mogens@micar.dk

Betaler du mere i rabat på serviceaftaler, end du får tilbage i loyalitet?

Kundefastholdelse er kommet stærkt tilbage. Og med god grund. For bisalget daler, så der skal tjenes penge på værkstedet.

Tilbyder du serviceaftaler med rabat på reparationer?

Mange værksteder tilbyder serviceaftaler, som har indbygget en rabat. Ideen er at rabatten skal fastholde kunden på værkstedet.

Får du mere tilbage i kundefastholdelse, end du betaler i rabat?

Der er en risiko for, at det er dine loyale kunder, som alligevel kommer på værkstedet, der tager rabatten. Så bliver rabatten konverteret til en generel prisenedsættelse. Og hvis du så oven-i-købet bagefter må erkende, at du alligevel mistede de kunder, som du sigtede på med rabatten, så er du lige vidt.

Findes der en løsning, hvor værkstedet systematisk kan målrette de kunder, som er i risiko for at smutte?

MiCAR AUTO E-COMMERCE har løsningen, der målrettet og automatiseret tager fat i alle de kunder, som er i risiko for at være på vej væk. Risiko-kunderne modtager et konkret og relevant tilbud, på rette tid og sted. På den måde kan du målrette rabatten til de rigtige kunder 😊.

Hvordan ved I om kunden er på vej væk?

Det unikke er vores dataopsamling, -behandling og automatisering. MiCAR's Customer Data Platform (CDP), gør det muligt at data-styre tusinder af individuelle kunde profiler, der real-time tracker handlinger og automatiserer kunderelevante mails. Det er den data vi anvender til at målrette relevante tilbud til netop de kunder, hvor der er risiko for at de er på vej væk.

*Med en Customer
Data Platform (CDP)
lytter du med på om
kunden er på vej væk*



Figur 4: Er der nogen der har automatiseret salget af serviceaftaler?

Ring eller skriv for mere information.

MiCAR auto e-commerce | **Mogens Dyrbing** | 53545159 | mogens@micar.dk

Toyota-forhandlerne omsætter RELAX til straks-værdi og sætter samtidig konkurrenterne skak 😊

Er du på udkig efter nye omkostningseffektive løsninger? Så tjek herunder, med fokus på e-handel direkte til alle relevante i kundebasen, automatiseret forlængelse af serviceaftaler og justering af overkørte kilometer.

Service- og reparationsaftaler til brugte biler.

Relax giver Toyota-forhandlerne rigtig stærke kort på hånden, f.eks. online salg af service- og reparationsaftaler. Garantien giver mulighed for at sammensætte et særdeles konkurrencedygtigt produkt til bilejerne, hvor både service- og reparationer er dækket i op til 10 år og 185.000 km.

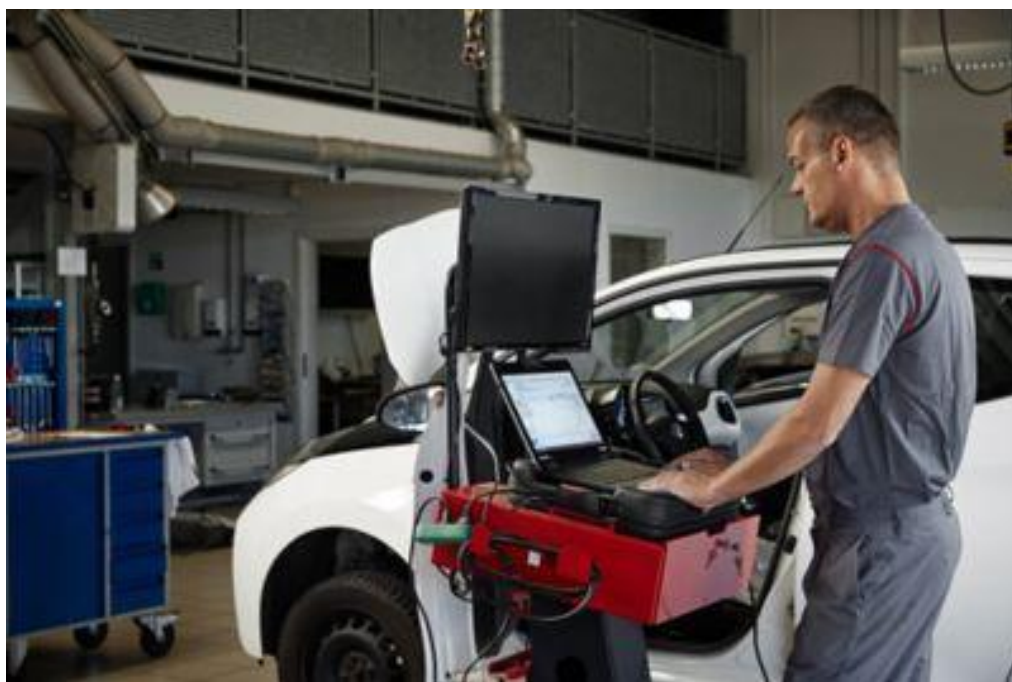
Online salg af serviceaftaler:

Automatisering og online forlængelse samt justering for overkørte km

Kan sælges til hele kundebasen med automatiseret e-handel, så kunder kan købe selv?

Tidligere var der primært fokus på service- og reparationsaftaler til nye biler. Men nu er potentialet endnu større til brugte biler, f.eks. når en 5-årig aftale udløber, og den kan forlænges med 5 år yderligere, eller systematisk udkomme til alle relevante i hele kundebasen.

Herudover kan forhandlerne lave målrettede win-back initiativer, i retning af de kunder, der er på vej til at forlade værkstedet. Lyt med på kundeadfærds-data, som muliggør at du kan være tidligt ude med et målrettet tilbud, til de kunder, der er i risiko for at smutte.



Figur 5: Toyota udvider 10 års garanti med ekstra 25.000 km, toyota.dk

MICAR pakken: Kunden handler selv online / automatiserede forlængelser & overkørte kilometer / performance-baseret abonnement 😊

Pakken indeholder salgsautomatisering, web-løsning til kundeselvbetjening og medarbejdere, og e-handelsmodul, så kunder kan købe via mobil, tablet eller computer.

***Med MiCAR handler
kunden selv hjemme
fra sofaen***

MiCAR-pakken: Salg af service- og reparationsaftaler

- Online salg til nye biler (som sælgerne ikke har solgt til)
- Online salg til brugte biler i kundebasen
- Automatiserede forlængelser ved udløb
- Løbende justering af overkørte km

Det hele kører automatiseret, data-drevet og kunde-specifikt ud til slut-kunderne, som handler hjemme fra sofaen.

Løsningen kan derfor potentielt bidrage med at eksekvere effektivt på 10-års garantien, med øget kundefastholdelse og mersalg til følge.

Ræk ud hvis du vil høre mere.



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

Kan værkstedet komme foran konkurrenterne ved aktiv brug af kundedata?

Kan dine konkurrenter kommunikere direkte med dine kunder?

Kan de kommunikere effektivt og personaliseret med relevans på rette tid og sted? Svaret er er NEJ, det kan de ikke, for de har ikke fået adgang til kundedata, på samme måde som du har. Du har derfor fordel. Kunden har valgt dig. Men udnytter du muligheden i tilstrækkelig grad?

Ved at buge din data til salgsautomatisering og e-handel, sikrer du dig at alle dine kunder modtager et relevant tilbud på rette tid og sted. Det betyder, at du kommer ind foran dine konkurrenter. Du opnår førsteret til dine kunder. Du står forrest til at kommunikere og sælge til kunden.

MICAR AUTO E-COMMERCE er specialiseret i data-drevet kundefastholdelse, e-handel og sales automation. Vi hjælper autobranchen med at sælge mere til eksisterende kunder. Det understøtter salget i både indskrivning og salg, og mindsker de totale salgs- og markedsføringsomkostninger.

Brug dine konkurrence fordele: Det er svært at kommunikerer direkte og data-drevet med dine kunder



Figur 6: How to gain a competitive advantage on Customer Insights, hbr.org

Ræk ud hvis du vil høre mere.



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

MiCAR AUTO E-COMMERCE

Snogegårdsvej 101
2860 Søborg



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