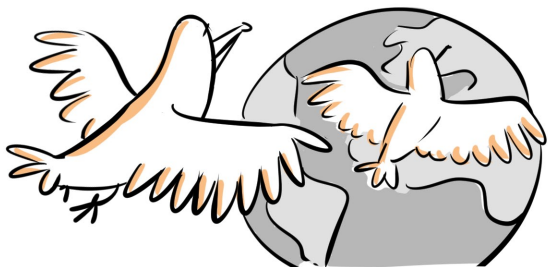
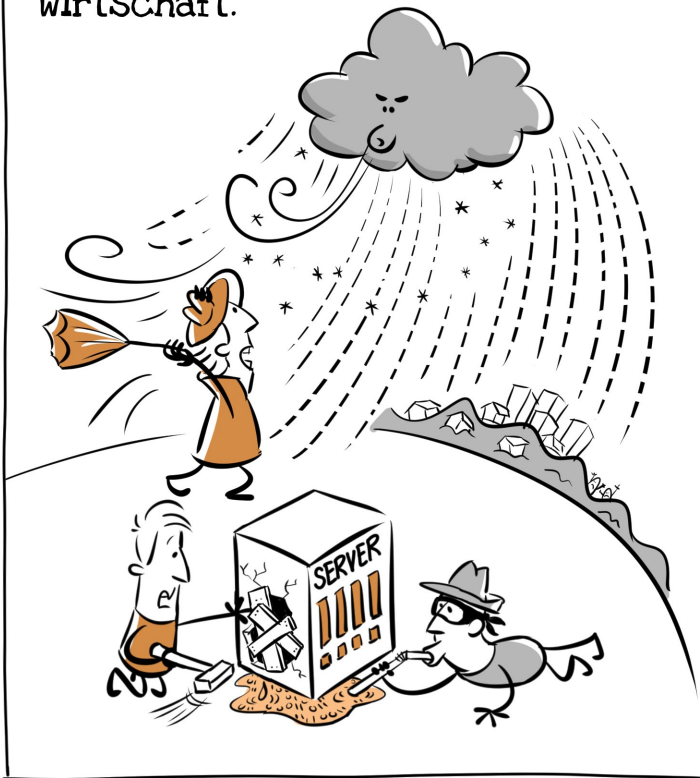


ERÖFFNUNG DES ATF

Automotive Trend Forum

Der Klimawandel und der Schutz digitaler Daten sind die größten Herausforderungen für die globale Wirtschaft.



Gibt es in Zukunft noch individuelle Mobilität?
Ist sie nachhaltig im Hinblick auf alle Menschen?



Das System muss parallel mitarbeiten und die Wünsche & Notwendigkeiten der Kunden/-innen erkennen & erfüllen.

HALLO MICHAEL. DIE BREMS-
SCHEIBEN MÜSSEN AUSGE-
WECHSELT WERDEN. AM
MONTAG HAST DU EINEN
TERMIN BEI DER WERKSTATT.



Wir müssen die Kunden/-innen über verschiedene Berührungspunkte in ihrem Alltag erreichen.



Wir benötigen eine gemeinsame Datenbasis - ohne Medienbrüche.



© JAI WANIGESINGHE

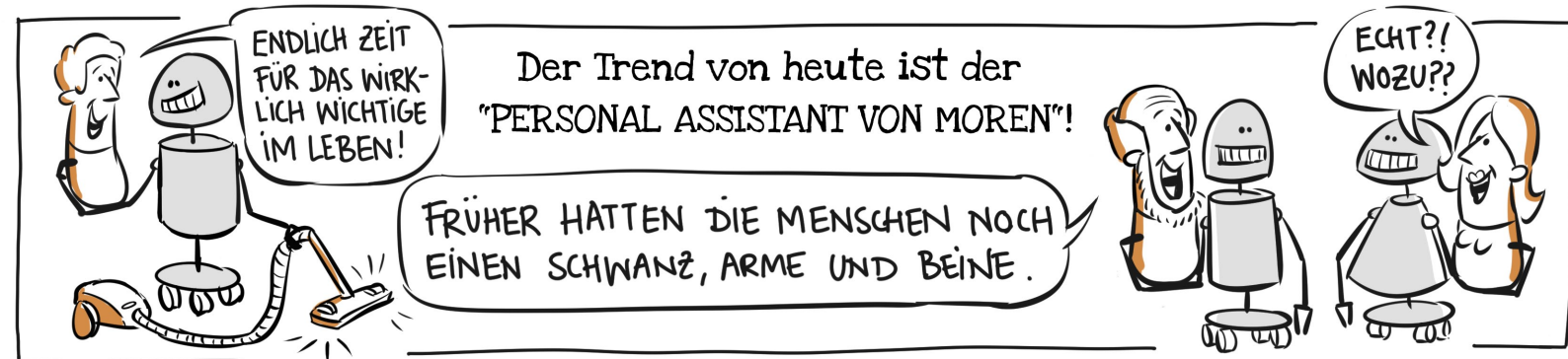


© JAI WANIGESINGHE

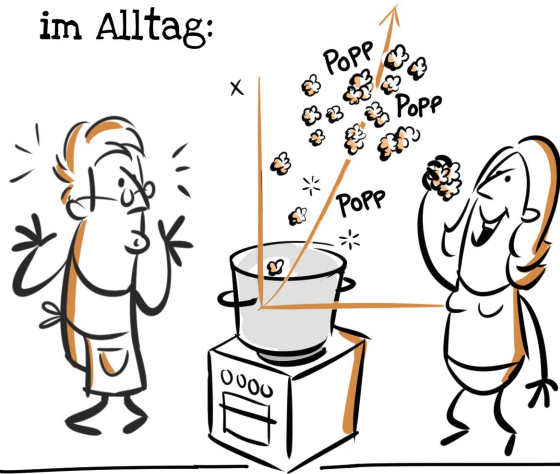
DIE ZUKUNFT DER INDIVIDUELLEN MOBILITÄT AUS DER VOGELPERSPEKTIVE

- SEITE 1 -

ES wird einen großen Kampf um das Handelsvolumen geben.



Exponentielle Entwicklung
im Alltag:



DIE ZUKUNFT DER
INDIVIDUELLEN MOBILITÄT
AUS DER VOGELPERSPEKTIVE

- SEITE 2 -

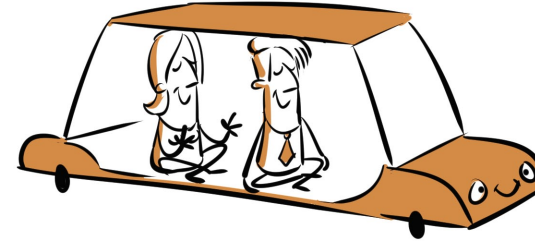


Die
AUTOMOBIL-
INDUSTRIE
ist eine
MACHT
in
Deutschland.

★ Elektro-
mobilität



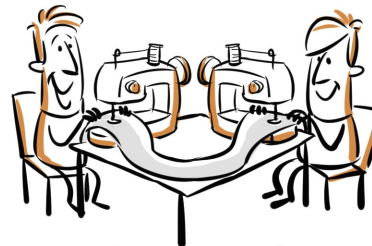
★ autonomes Fahren



★ autonomer
Service



Wie weit sind
wir an den
Touchpoints:



★ nahtloses Interagieren?

★ mit dem Handel in die City

© JAI WANIGESINGHE

Wir müssen mit dem
Handel in die
Innenstädte.

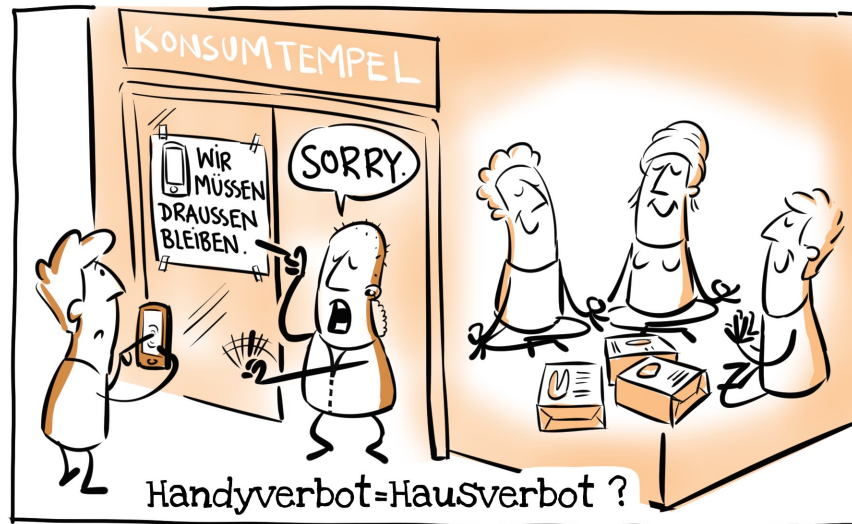
IN WELCHEM REGAL
STEHT DER NEUE
VOLKSWAGEN ID?



DIE NEUERFINDUNG DES STATIONÄREN HANDELS



WO SIND DENN ALL DIE KUNDEN/-INNEN HIN?



Handyverbot=Hausverbot ?

© CHAI MANIGESINGHE

Das Internet radikalisiert
das Kunden /-innenverhalten.

MEINE GÜTE, ICH BIN JA VIEL
BESSER INFORMIERT ALS SIE!

The cartoon depicts two men in business attire. The man on the left, who is balding with some hair on the sides, holds a laptop. The man on the right, who has a full head of hair, holds a briefcase. They are both looking at each other with expressions of surprise or realization. A speech bubble from the man with the laptop says, 'MEINE GÜTE, ICH BIN JA VIEL BESSER INFORMIERT ALS SIE!' (By the way, I am actually much better informed than you!). The background is a simple light blue.

MEINE GÜTE, ICH BIN JA VIEL
BESSER INFORMIERT ALS SIE!

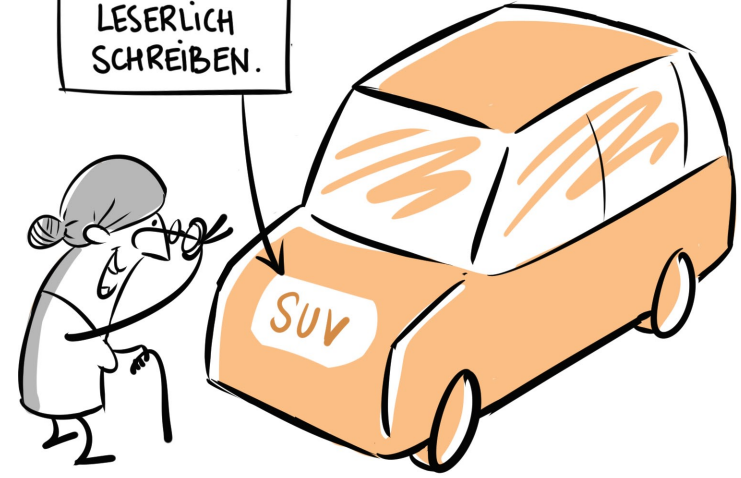
Den demographischen Wandel berücksichtigen und passend werben:

GENERATION GROSSELTERN:
Mit einfachen Mitteln die Wahrnehmung
sichern:



A cartoon illustration of an elderly woman with grey hair in a bun, wearing a white dress and glasses, pointing her finger at an orange car. A speech bubble from her contains the text 'GROSS UND LESERLICH SCHREIBEN.' (Write big and legible). The car has a white rectangular sticker on its front bumper with the letters 'SUV' written in orange. The car is a simple, blocky drawing with orange body and white roof and wheels.

GROSS UND
LESERLICH
SCHREIBEN.



A cartoon illustration showing a man and a woman sitting at a table. The man is asking, "WELCHES AUTO SOLL ICH MIR KAUFEN?" (Which car should I buy for myself?). The woman is holding a smartphone, and an arrow points from it towards the man's question. A sign on the table reads "SCHÖN MIT DIGITAL-MARKETING BEEINFLUSSEN" (Nice with digital marketing influence).

WELCHES AUTO
SOLL ICH MIR
KAUFEN?

SCHÖN MIT
DIGITAL-
MARKETING
BEEINFLUSSEN

erben:

GENERATION
FRIDAYS FOR FUTURE:

DER FÄHRT MIT ÖKOSTROM!

NEIN DANKE.

... Keine Chance.

A cartoon illustration of a man with a surprised or shouting expression, plugging a cord into a machine. A speech bubble next to him contains the text "DER F... ÖKOST...".

A cartoon illustration of a woman with blonde hair in a braid, wearing a white shirt and black pants, riding a black bicycle. She is smiling and looking towards the left. A speech bubble above her head contains the text "NEIN DANKE." (No, thank you.). To the left, a portion of a yellow car is visible.

... Keine Chance.

Wie Amazon es schafft...

Amazon stopps things immediately if they are not working.

THIS PROCESS IS DAMAGED. I WILL SUGGEST A NEW ONE.

I FAILED.

NO! THIS WAS AN INNOVATION-STEP!

Focus on the customer and be patient.

DESIRES

NEEDS

FEELINGS

Think about "OUR CUSTOMER":
How is the customer
going to engage in
our business in
the future?

amazon

© JAI WANIGESINGHE



RAUS AUS DER COMFORT ZONE!

HIER BIN ICH SICHER.

COMFORT ZONE =
Hier bewegt sich nichts mehr.

WAS?
STILLSTAND?!!!

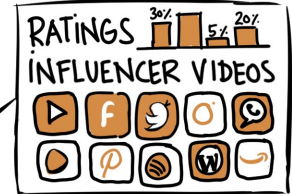
Wie funktioniert
Internet Economy?

1. Ich brauche
ein Gerät...

2. ...Googeln...

HOPP
ODER TOP?

3. Ich hole mir meine
Meinung aus dem Netz.



4. Preis-
vergleich

5. Wie steht es um die
Internetpräsenz und
Services des Handels?

DAS INNEN-
LEBEN DARF
IHNEN NICHT AUS
DER HAND
GERATEN!

ETLICHE FIRMAN
GÄBE ES HEUTE
NICHT, GÄBE ES
KEINE MOBIL-
GERÄTE...

SIE MÜSSEN DIE
SERVICES GESTALTEN
UND ANBIETEN!

SCHLUCK

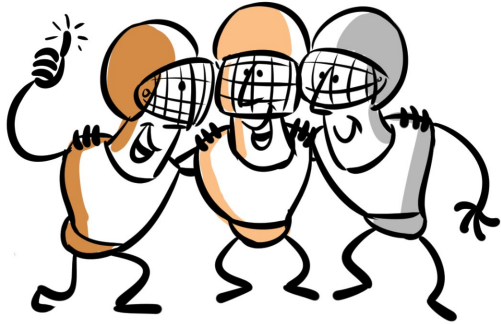
HOLEN SIE SICH
LEUTE VON
AUSSEN,
DIE WISSEN,
WIE ES GEHT!

KNOW
HOW

FRAGEN SIE SICH: "WAS
WERDEN DIE KUNDEN/
-INNEN
VON IHNEN
HABEN
WOLLEN?"

Was kann der Automobilvertrieb von anderen Branchen lernen?

Plattformen, Händler und OEMs müssen enger zusammenarbeiten.



Die Automobilindustrie kann von der Modeindustrie lernen. Auch sie ist innovationsgesteuert und spricht ihre Kunden/-innen über alle Kanäle an.

Es geht um das Verstehen, wie die Konsumenten/-innen reagieren und agieren.



© JAI WANIGESINGHE

Kunden/-innen geben uns die Erlaubnis, sensible Daten zu teilen...



...um Ergebnisse aus einem GuSS zu erhalten.



Wenn der Autoverkauf ONLINE geht, verändert sich der klassische Handel.



DER NEUE WEG ZUM KAUF:

AUTOS KAUFEN
MACHT KEINEN
SPASS.

Nur wenige Kunden/
-innen sind mit dem
Autokaufprozess
zufrieden.

Der neue LIEFERSERVICE

HIER BITTE
UNTERSCHREIBEN.
SIE HABEN 14
TAGE RÜCKGABE-
GARANTIE.

© JAI WANIGESINGHE

"DER STÄRKSTE
HEBEL IST DIE
VEREINFACHUNG
DES KAUF-
PROZESSES."

[SCHWACHE HEBEL]

FÜR EINE GUTE
BERATUNG NEHME
ICH SOGAR 30
MINUTEN MEHR FAHRT-
ZEIT IN KAUF,
SCHÄTZELEIN.
VORAUSGESETZT
ICH HABE
SCHNITTCHEN
GESCHMIERT.

So sollte der
Autokauf sein:

★ Seriös

★ transparent

SAUBER!

★ fair

★ vertrauensvoll

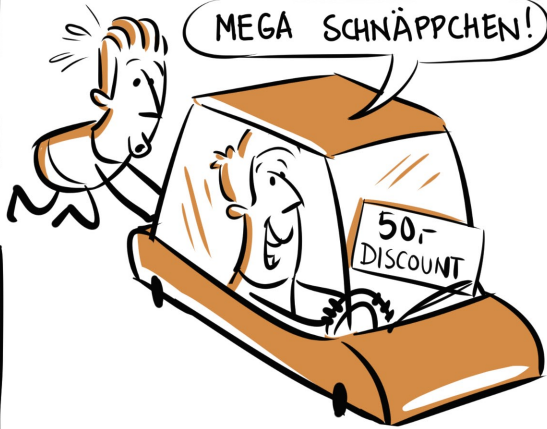
★ unkompliziert

"DAS MACHE ICH
MIT LINKS!"

DER NEUE WEG ZUM KAUF

Die einen wollen Discounts. ...

MEGA SCHNÄPPCHEN!



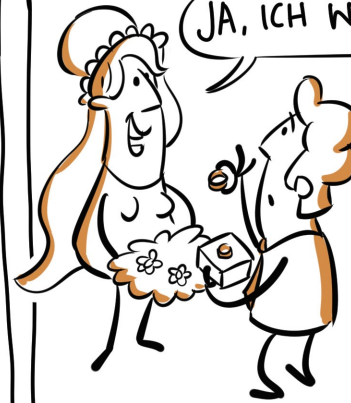
...Die anderen wollen Extras.

ICH NEHME ALLES INKLUSIVE.
GELD SPIELT KEINE ROLLE.



JA, ICH WILL ... EIN AUTO KAUFEN.

ECHT... JETZT??



Kunden/-innen entdecken
Autos zu dem Zeitpunkt,
wenn es für Sie wichtig ist.

Kunden/-innen nutzen heutzutage mehrere Medien -
zum Teil gleichzeitig!



Potenzielle Käufer/-innen wünschen

- online car information
- online configurator
- online pictures of the car
- online videos of the car...

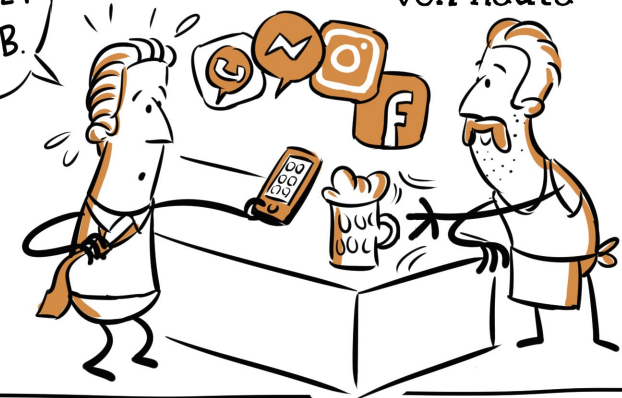
© JAI WANIGESINGHE



Multi-Screen-Journey auf
allen Gerät(en) der Wahl
und ohne Medienbruch!

DIE DINGER
MACHEN JETZT
MEINEN JOB.

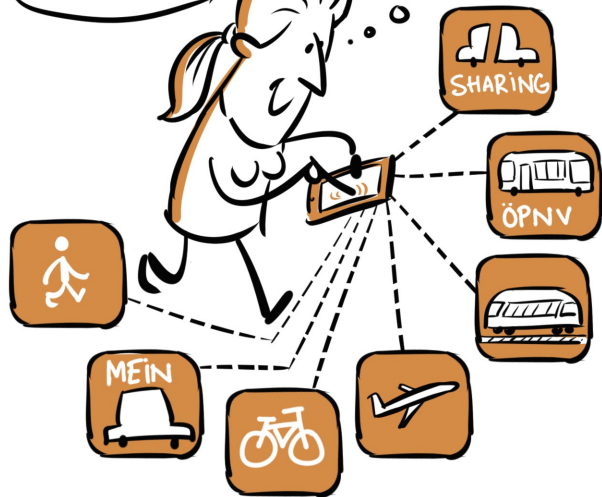
Facebook family of APPS
= die Verkäufer/-innen
von heute



Eine Kauf-
entscheidung
dauert
ca. 12-15
Wochen.
Es wäre
gut, diese
Zeit für
sich zu beherrschen.

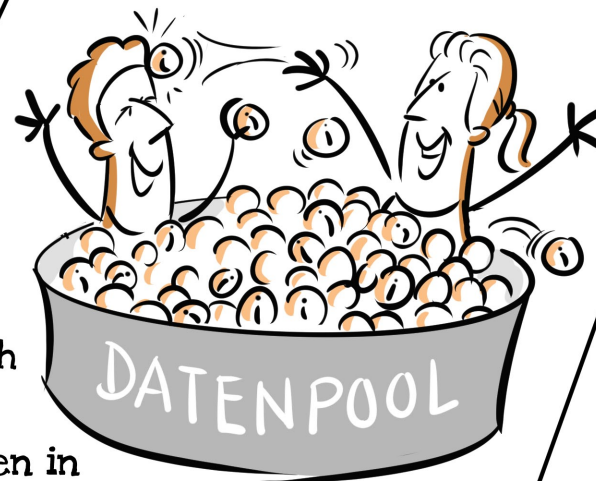


ICH ENTSCHEIDE SPONTAN,
WELCHE MOBILITÄT ICH
NUTZE.



... KEINE
LUST AUF
STAU HEUTE.

Einfach
mal
eintauchen in
Datenanalysen und Datennutzung.



USER FIRST:
KEEP IT
★ Simple
★ fast
★ personal

OMNI-CHANNEL FÜR DIE AUTOMOBILBRANCHE

© JAI WANIGESINGHE



Geben Sie nicht die kostbaren
Strecken Ihrer Customer Journey ab!



Gibt
es Video-
Probefahrten?



ACHTUNG "3-SEKUNDEN-REGEL":
Internetseiten müssen
schnell sein!

IN 3
SEKUNDEN
VERLIERE
ICH DIE
LUST!

DESIRE FOR
DETAILS

Kunden/-innen
suchen nach
RELEVANTEN
Informationen
und bauen
Experten-
wissen
auf.



IMPROVE
MEASUREMENT:
Value of "digital for
store traffic"





Um eine Beziehung zu den Kunden/-innen aufzubauen, müssen wir Daten auswerten können. Gerade wenn wir Sie nicht kennen.

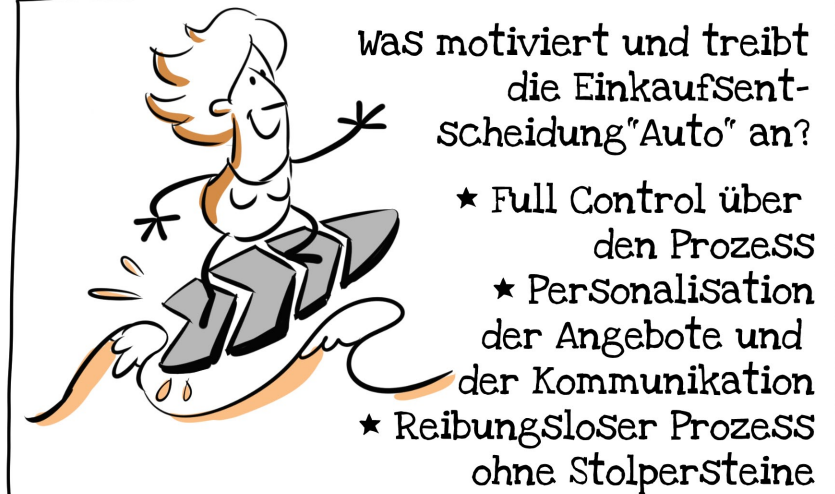


Wir sind Qualitätsdienstleister und bauen Vertrauensverhältnisse auf!

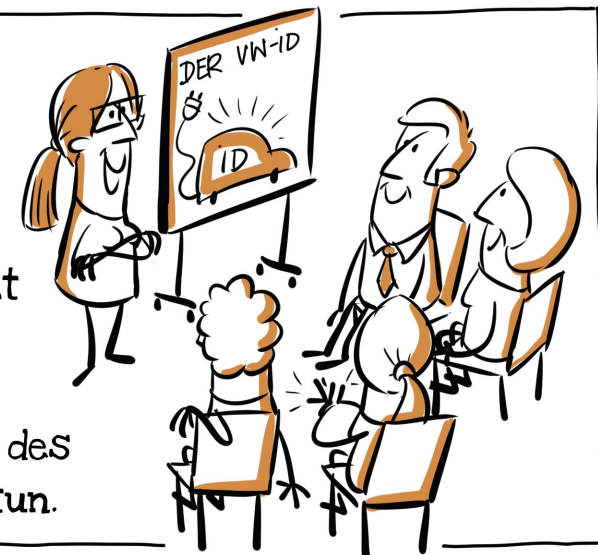
HERAUSFORDERUNGEN & PRAXISBEISPIELE

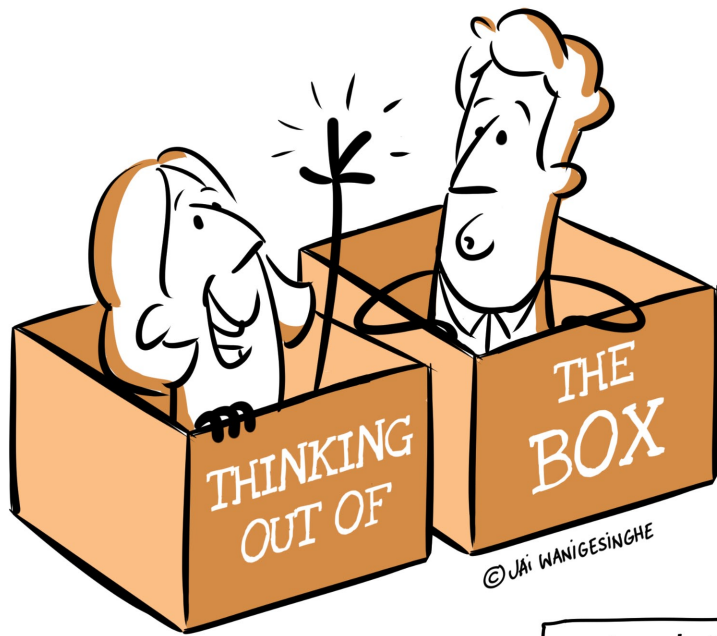
© JÄI WANIGESINGHE

Wir müssen kunden-zentriert handeln.



Wir brauchen Öffentlichkeitsarbeit und Händler-Trainings. Händler sind unsere KEY-ENTREPRENEURS. Sie müssen Teil des Ganzen sein und wissen, was wir tun.





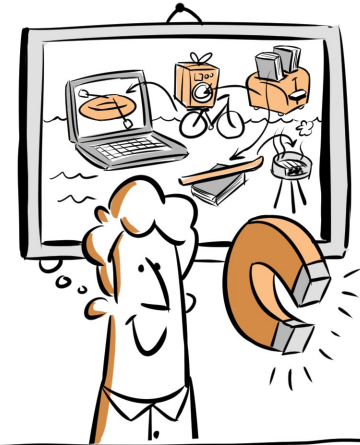
EINATMEN =
Energie aufnehmen.
Leben empfangen.



AUSATMEN = Loslassen.



Ein starkes Bild
im Kopf erzeugt
Magnetkraft.



Wir stolpern von einer
Parallelwelt in die nächste.
Wir werden ununterbrochen
unterbrochen, und wir
merken es
gar
nicht.



Unsere Arbeits-
und
Konzentrations-
fähigkeit wird
immer wieder
zersägt.



Wir leben in
einer Zeit der
permanenten
Erreichbarkeit.



DARUM: Öfter mal einen
Rückzug in die Stille antreten.