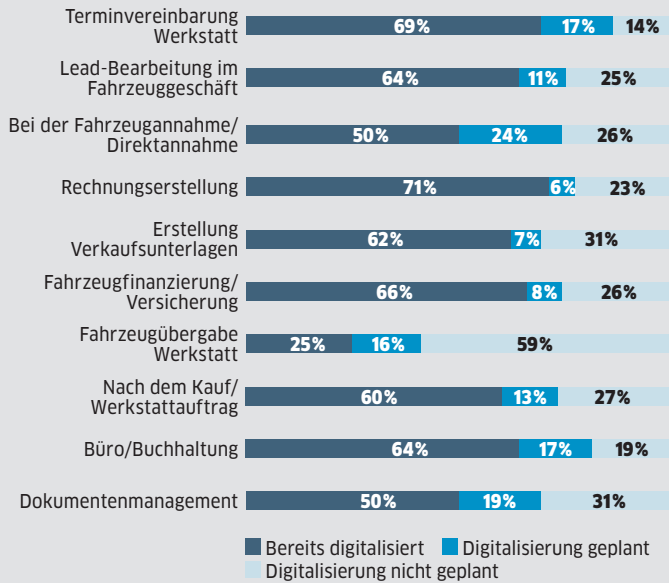


DIGITAL-BIX: 4. QUARTAL

Die digitale Persönlichkeit

Markenbetriebe

Welche Unternehmensbereiche sind in Ihrem Unternehmen bereits digitalisiert bzw. in welchen Bereichen planen Sie Änderungen?



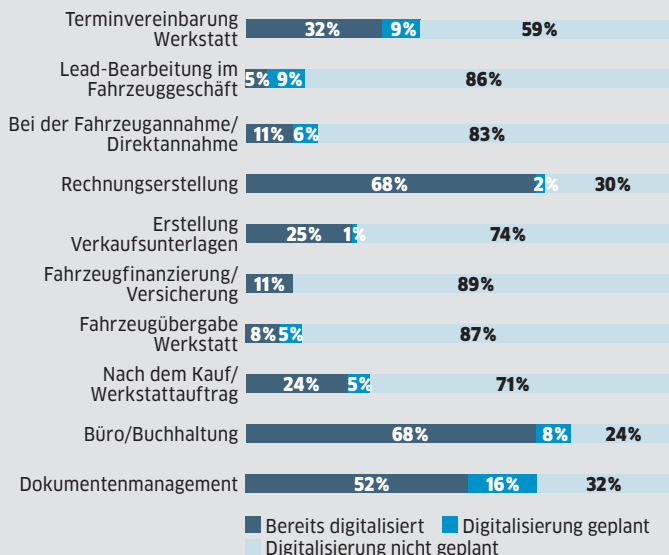
Die Bereiche Lead-Bearbeitung und Online-Terminvereinbarung, aber auch digitale Fahrzeugfinanzierungen sind im AH immer stärker im Fokus.

Quelle: BBE Automotive/»kfz-betrieb«

kfz-betrieb

Freie Servicebetriebe

Welche Unternehmensbereiche sind in Ihrem Unternehmen bereits digitalisiert bzw. in welchen Bereichen planen Sie Änderungen?



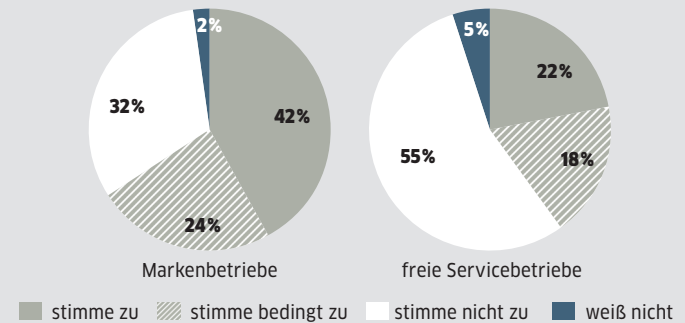
Die Servicebetriebe sind nach wie vor bei der Digitalisierung der Verwaltung derzeit weiter als bei der aktiven Nutzung der digitalen Kanäle für das Kerngeschäft in der Werkstatt. Besonders bei der Online-Terminierung von Werkstattterminen ist noch Luft nach oben.

Quelle: BBE Automotive/»kfz-betrieb«

kfz-betrieb

Mitarbeiter

Denken Sie, dass Sie für Ihren Betrieb zukünftig ganz neue Mitarbeiter-typen benötigen, die spezielle Kompetenzen für digitale Themen mitbringen?



Vor allem Markenbetriebe meinen, dass künftig neue Arbeitertypen in den Unternehmen mit digitaler Kompetenz gebraucht werden.

Quelle: BBE Automotive/»kfz-betrieb«

kfz-betrieb

Haben Sie schon einmal ein Taxi über eine App gebucht, anstatt die Funkzentrale anzurufen? Nach einem Restaurantbesuch eine unterdurchschnittliche Onlinebewertung abgegeben, weil die Bedienung nicht aufmerksam war? Oder als Resultat einer Internetrecherche einfach beim günstigsten Anbieter bestellt? Gut so! Denn dann verstehen Sie, welche Erwartungen und Bedürfnisse die Kunden heute haben.

Dieser Blick über den Teller- rand ist eine ganz wesentliche Voraussetzung dafür, den eigenen digitalen Kundenkontakt optimal zu gestalten. Wenn Sie beispielsweise Ihre nächste Urlaubsreise online planen und buchen, machen Sie Erfahrungen, die sich sicher auf Ihr eigenes Geschäft übertragen lassen. Welche Prozesse haben Sie dabei überzeugt? Was würden Sie anders machen? Der Perspektivwechsel hilft Ihnen, sich nicht nur an technologischen Möglichkeiten, sondern vor allem an Kundenbedürfnissen zu orientieren. Das schafft Orientierung und richtet den Fokus auf das Wesentliche und Machbare.

Am Ende ist es Einstellungssache, ob ihr Betrieb den digitalen Wandel erfolgreich meistert. Online erfahrbar zu machen, welche hervorragende Arbeit Ihr Kfz-Betrieb offline leistet, sollte das Ziel sein. Wenn Sie selbst Ihren Alltag eher analog gestalten, können Sie immer noch das Potenzial Ihrer internetaffinen Mitarbeiter nutzen.

Oder Sie holen sich entsprechende Kompetenz ins Haus. Immerhin zwei Drittel der im aktuellen Digital-BIX befragten Händler sind der Meinung, dass ihr Betrieb neue Arbeitertypen mit digitaler Kompetenz benötigt. Sie würden damit also voll im Trend liegen.



Bild: BDK

Dr. Hermann Frohnhaus ist Sprecher der BDK-Geschäftsführung.

kfz-betrieb DIGITAL

Unter www.kfz-betrieb.de/branchenindex finden Sie das Branchenindex-Archiv.