AUTOHAUS akademie

3. Optimales Einpreisen und Preismanagement = Langstehervermeidung

Um bei der Erst-Einpreisung möglichst fehlerfrei zu arbeiten, sollte ein elektronischer Marktcheck genutzt werden:

Es handelt sich teilweise um reine Analysesysteme oder auch um komplette Bestandsverwaltungssysteme, die das Thema Marktcheck zusätzlich zu umfangreichen Funktionen anbieten wie z.B. :

- Verkäuferarbeitsplatz / Terminkalender-Verwaltung
- Leadmanagementsystem, Angebotsverwaltung
- Bestandsverwaltung mit Daten- und Bildoptimierung
- Kampagnenmagement
- und vieles mehr...

3. Optimales Einpreisen und Preismanagement
= Langstehervermeidung

Mythos „mobile.de Seite 1“:

Es ist grundsätzlich nicht notwendig, mit seinem Angebot auf Seite 1 aufzutauchen, um ein Auto schnell zu verkaufen.

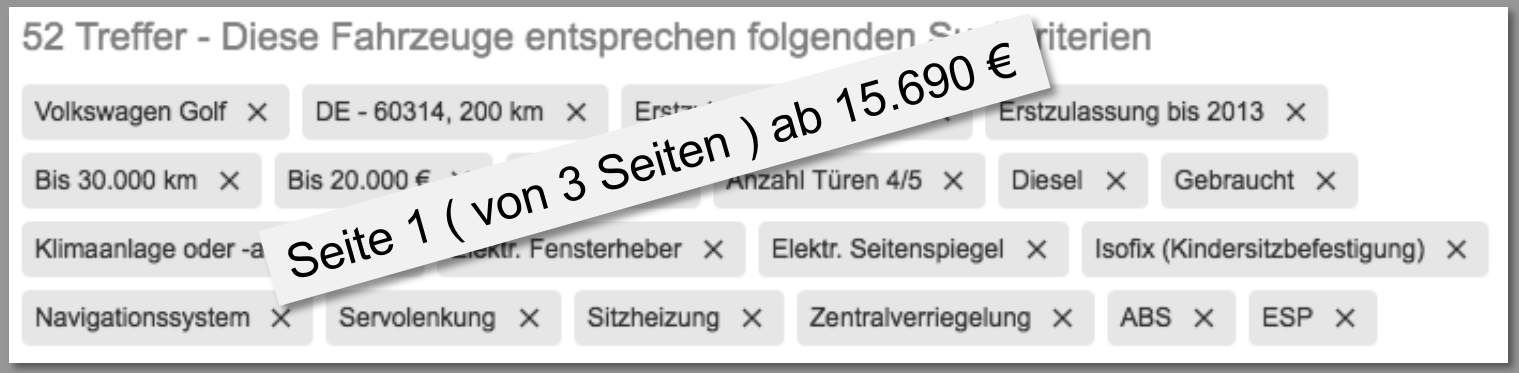
Nur bei Langstehern sollte der Ansatz deshalb verfolgt werden.

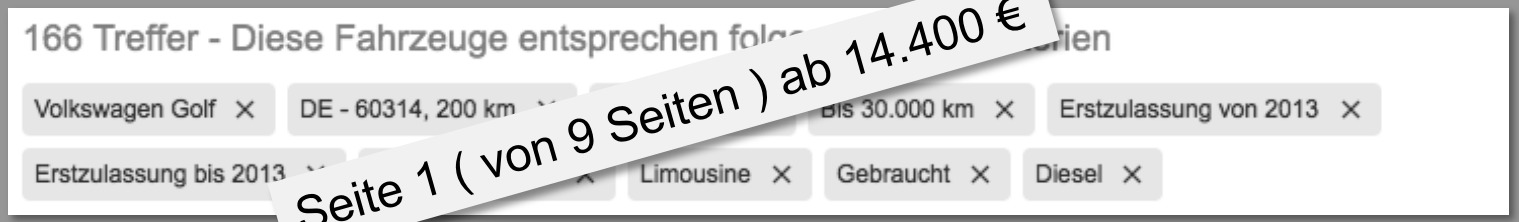
Aber was bedeutet eigentlich „mobile.de, Seite 1“?

AUTOHAUS
akademie

3. Optimales Einpreisen und Preismanagement
= Langstehervermeidung

„mobile.de Seite 1“ ist das Ergebnis der Vorselektion durch den Anwender. Je mehr Extras ausgewählt werden, reduziert sich das Angebot und somit auch kommt man „leichter“ auf Seite 1





AUTOHAUS akademie

3. Optimales Einpreisen und Preismanagement = Langstehervermeidung

Richtige Auswahl bei manueller Selektion:

1. Karosserieform wie z.B. Kombi
2. Hersteller- und Modellbezeichnung
3. Motorisierungsart, z.B. Diesel und Motorleistung
4. Getriebeart, z.B. Automatik
5. Eingrenzung des Baujahres nur nach UNTEN z.B. ab 2012
6. Eingrenzung der Laufleistung nur nach OBEN z.B. bis 50.000 km
7. Nur Deutschland als Vorauswahl

Durch diese erste Selektion erhalte ich eine Gesamtmarktübersicht über alle Bestände dieses Typs in Deutschland und das Preisniveau der Baureihe auf „mobile.de, Seite 1“

AUTOHAUS akademie

3. Optimales Einpreisen und Preismanagement = Langstehervermeidung

Nach der ersten Vorselektion betrachte ich den lokalen Markt:

1. Umkreissuche 100 km (NUR bei Standardware, nicht Exoten)
2. Ggf. Eingabe einer Ausstattungsline oder Sondermodellpaket
3. Nur im Ausnahmefall wenige prägnante Sonderausstattungen wie Schiebedach, Lederausstattung oder Navigationssystem
4. Ergebnisliste nur mit Händlerangeboten ggf. mit Siegel

Durch die zweite Selektion erhalte ich eine Übersicht über Bestände und Preisniveau von exakt vergleichbaren Fahrzeugen in meinem lokalen Markt.
Das ist die Basis meiner Angebotspreisfestlegung

AUTOHAUS akademie

3. Optimales Einpreisen und Preismanagement = Langstehervermeidung

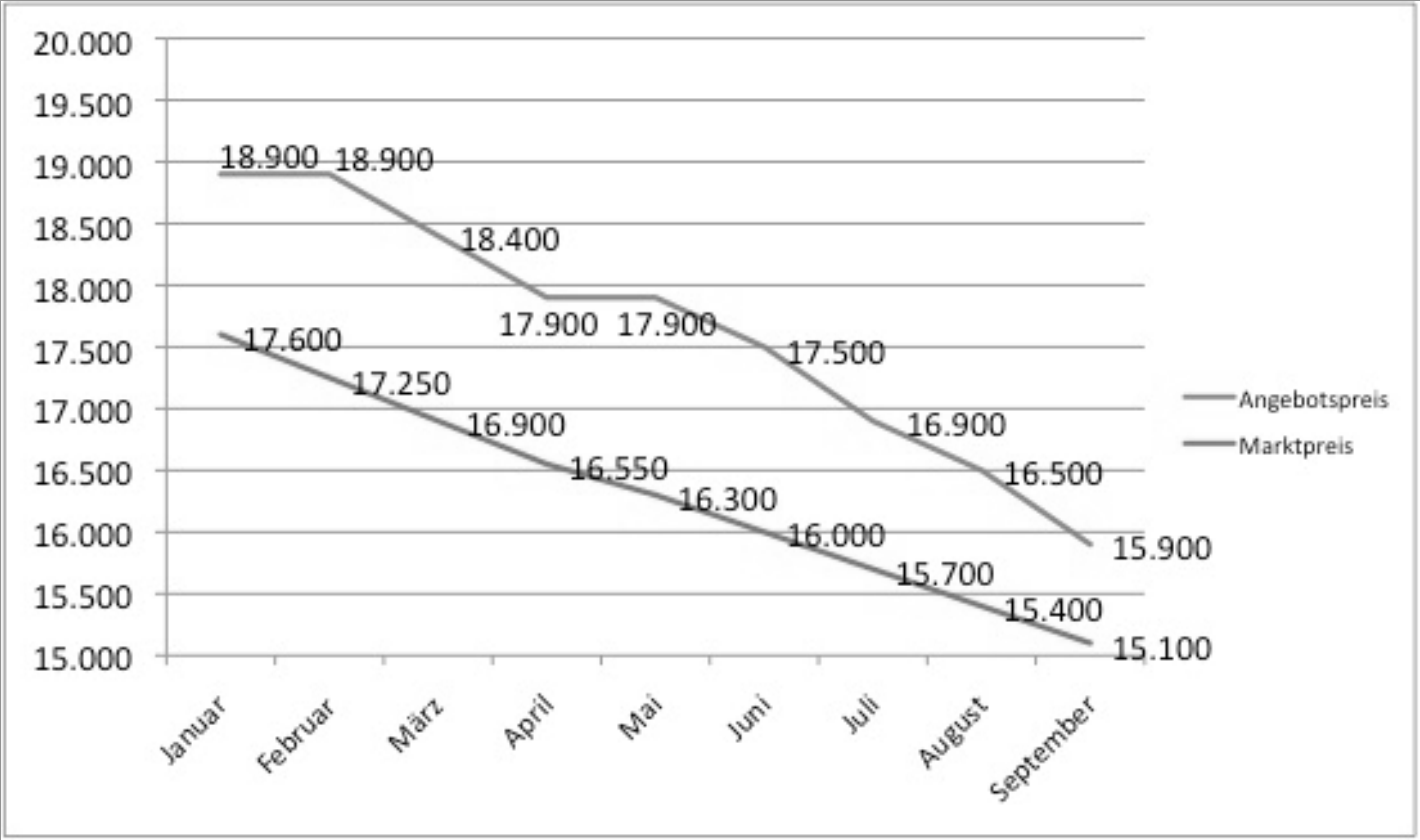
Ursachen im Preismanagement für hohe Standzeiten:

1. Falsches Einpreisen
2. Langes Festhalten am Erstpreis
3. Zu zaghaftes Abpreisen
4. Orientierung bei der Preisreduzierung am Erstpreis

AUTOHAUS akademie

3. Optimales Einpreisen und Preismanagement = Langstehervermeidung

Langsteherursache Nr. 1:
Falscher Erstpreis verhindert kurzfristigen Verkauf!



5. Das Internet als Schaufenster zum Autohaus

Viele Händler fotografieren ihre Autos durch Verkäufer, andere Mitarbeiter oder durch Aufbereiter.

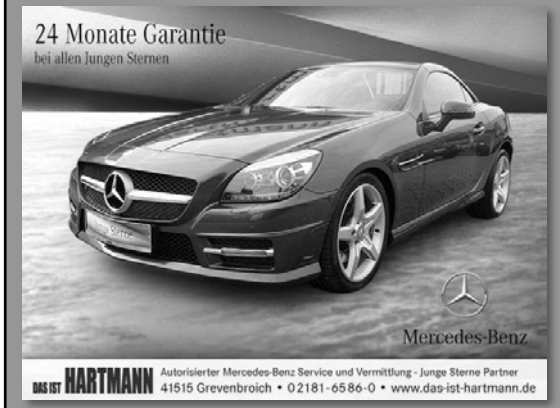
AUTOHAUS akademie

3. Optimales Einpreisen und Preismanagement
= Langstehervermeidung

Entscheidend für den Kunden ist nicht allein der tatsächliche Preis, sondern ob er ein akzeptables Preis-Leistungsverhältnis wahrnimmt!

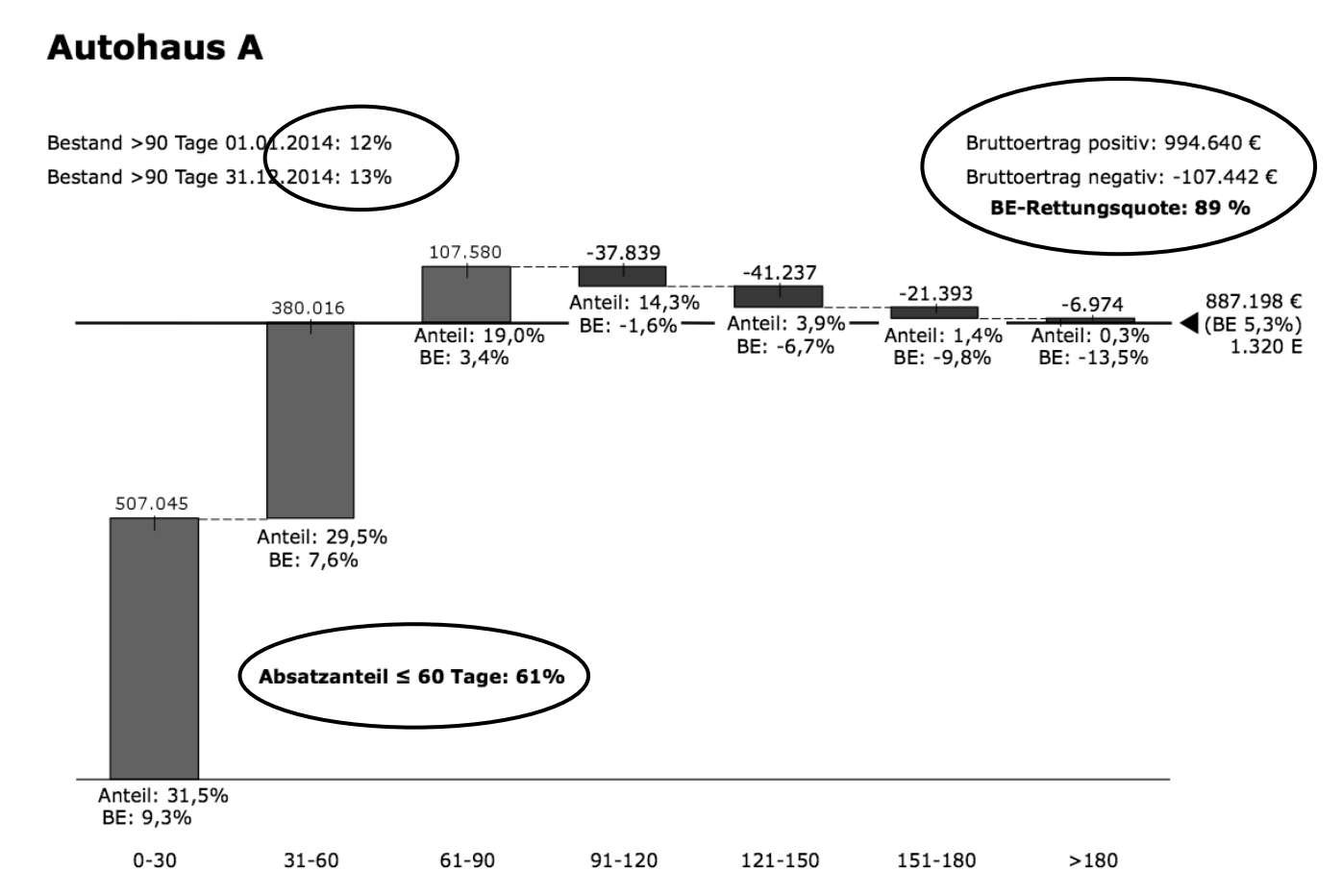
5. Das Internet als Schaufenster zum Autohaus

Deshalb überlässt man die Fotografie besser Profis.



7. Methoden eines wirkungsvollen Bestands-Controllings

In den ersten 60 Tagen entscheidet sich der Erfolg!



7. Methoden eines wirkungsvollen Bestands-Controllings

Leitsätze:

- Der Absatzanteil der Ware innerhalb der ersten 60 Tage Standzeit sollte mindestens 60% betragen!
- Die Bruttoertrags-Rettungsquote muss mindestens 80% betragen, um ein ausreichendes GW-Ergebnis zu erzielen!
- So gesteuert sollte der Langsteheranteil > 90 Tage bei maximal 15% des Bestandes liegen!
- Die Durchschnitts-Standzeit liegt idealerweise bei 45 – maximal 50 Tagen, der Umschlagfaktor somit bei 8,1 – 7,2.

8. Zusammenfassung und Fazit

Mehr Tempo im Bestandsmanagement ist erreichbar durch ...

- Optimierung des GW-Angebotes im Rahmen eines Sortimentskonzeptes,
- konsequente Anwendung eines Verwendungsentscheidungs-Kataloges,
- professioneller Erstpreisfindung und Preismanagement,
- optimale Darstellung, Datenaufbereitung und Platzierung im Internet,
- wirksames Bestandscontrolling und Konzentration auf wenige Kennzahlen und
- Optimierung aller in dieser Veranstaltung nicht angesprochenen Prozessschritte