

Seit 15 Jahren ELN-Handelspartner

Alljährlich lädt ELN zum Marktplatz ein, der in diesem Jahr in Stuttgart stattfand. Geschäfts- und Kooperationspartner nutzten die Gelegenheit, sich den Fragen der Händler zu stellen, bzw. ihr Portfolio darzustellen.



Harald Taron, Kfz-Meister und Unternehmer aus Recklinghausen, nutzt bereits seit 15 Jahren die Handelsplattform von ELN.

Etwa 300 Teilnehmer haben am 19. und 20. Februar das persönliche Gespräch mit den Kfz-Großhändlern gesucht und die Fachvorträge besucht. Unter dem Motto „Leistungsschub für 2016“ standen folgende Vorträge frei zur Auswahl:

- Über Facebook & Co. können auch Sie Kunden und Interessenten aktivieren, begeistern und wirklich etwas verkaufen!
- Über das Leben ohne Marke: Übergang vom Marken zum freien Händler, rechtliche Fallstricke
- Wie Sie in Ihrer Region digitale Kunden gewinnen
- Bewährte Erfolgsstrategien aus über 2000 Website-Checks!
- Mehr Profit durch emotionale Mitarbeiterbindung.
- Erfolgreiche Mehrmarken-Werbung
- Professioneller Umgang mit EU-Fahrzeugen
- Neues Performance Management im Autohaus
- Geregelt Unternehmernachfolge
- Mediation und Motivation im Autohaus
- Digital! Innovative Strategien für mehr Umsatz und Kundenzufriedenheit
- Der verborgene Schatz in Ihrem Unternehmen!
- Wissen wo der Hammer hängt – Auktionen im Gebrauchtwagenhandel
- Zukunftssicherung durch individuellen Kundenkontakt
- Vorsicht bei EU-Fahrzeugen und Vorsteuerabzug

Mit einem Teilnehmer hat sich die Redaktion der FREIEN WERKSTATT nach der ELN-Jahrestagung unterhalten. Harald Taron, Kfz-Meister und Unternehmer aus Recklinghausen, nutzt bereits seit 15 Jahren die Handelsplattform von ELN für den Fahrzeugverkauf. Nicht alle Fahrzeuge werden über ELN bezogen, aber es sei schon die größte Plattform, so Harald Taron. „ELN bietet eine gute Auswahl und über den Internetauftritt lassen sich einfach die gesuchten Fahrzeuge finden. Selbst aus 100 Kilometern Entfernung reisen die Kaufwilligen an, weil sie ihr Fahrzeug über meine Homepage gefunden haben.“

Regelmäßig besucht der Unternehmer die ELN-Jahrestagungen, um sich Anregungen zu holen und den direkten Kontakt mit den Großhändlern auf- und auszubauen. In diesem Jahr hat ihn vor allem das Thema „Optimierung der Webseiten“ interessiert. „Der Kunde will heute wie bei Amazon mit zwei Klicks das Gesuchte finden. Daher werden wir unsere Internetseiten dahingehend optimieren.“

Auf die Frage, ob mit ELN bisher alle Verkäufe gut gelaufen seien, antwortete Harald Taron, dass die Geschäftsbeziehung eigentlich zwischen ihm und dem Großhändler besteht. Mit diesem würde er den Kaufvertrag abschließen und da hätte es in den letzten Jahren nur zwei Fälle gegeben, wo etwas nachgeruckelt werden musste. Beides hätte aber am Ende für seine Kunden gepasst. Schwieriger seien die Prozesse, z. B. den Transport der Fahrzeuge pünktlich und zu einem guten Preis zu organisieren. „Die Fahrer stehen unter enormen Zeitdruck und die Speditionen haben mittlerweile Vorlaufzeiten von 14 Tagen und mehr.“

Dass sich die Kunden heute bestens vor einem Kauf vorbereitet haben, die Preise und Ausstattungsvarianten aus dem Effeff kennen, das bestätigt auch der Recklinghäuser Autohändler. „Es passiert auch schon mal, dass ich mit dem Preis des Händlers oder auch mit dem Händler selbst nicht klarkomme. Dann kann ich diesen für meine Homepage ausschließen. ELN bietet seinen Partnern die Option „Preisabstand“ an. Wir können selber bestimmen, welchen Preisabstand ich toleriere. Ist mir die Differenz zwischen Endkundenpreis und Händlerpreis beim selben Auto eines Anbieters zu gering, wird es nicht auf meiner homepage erscheinen. Das kann dann zwar mein Angebot an Fahrzeugen verringern, ich muss allerdings auch meine Preise nicht mehr verteidigen.“

Preisdiskussionen seien allerdings selten, denn das Autohaus Taron hat gute Argumente: Erstens hat das Kfz-Unternehmen einen guten Ruf. Die Kunden schätzen das persönliche Engagement des Unternehmers und des Teams. So geht beispielsweise kein Auto in den Verkauf, was nicht vorher durchgesehen und aufbereitet wurde. Zweitens beteiligt sich das Autohaus Taron jährlich an der Kundenzufriedenheitsumfrage WERKSTATT DES VERTRAUENS. „Auch wenn irgendwo das Auto anders vielleicht billiger ist, kann ich den Kunden über den Service an mich binden. Das Argument, den Service in einer Werkstatt des Vertrauens durchzuführen, überzeugt den Autokäufer. Wir achten auch darauf, dass sich diese Auszeichnung wie ein roter Faden bei uns durchzieht.“