

5 digitale Trends für den Kfz-Teilehandel

eCommerce-Softwarehaus Speed4Trade zieht Automechanika-Messefazit und identifiziert 5 digitale Trends für Online-Händler und Anbieter des automobilen Aftermarkets



Altenstadt, 29.09.2016: Fünf Tage lang (13. bis 17. September) versammelte sich die Automobilbranche in Frankfurt zur Automechanika. Sie gilt als die internationale Leitmesse für Ausrüstung, Teile, Zubehör, Management & Services.

Softwarehersteller Speed4Trade – vor Ort mit eigenem Messestand vertreten – fasst Geschehen und beobachtete Entwicklungen in 5 digitalen Trends zusammen. Ein Leitfaden für Ersatzteilehändler und -hersteller, Reifenanbieter, Werkstätten und Co., um das digitale Business optimal im Markt zu entfalten.

1. Digitaler B2B- & B2C-Handel mit Teilen braucht tragfähige Lösungsarchitektur

Die Automechanika hat gezeigt: Der automobile Aftermarket steht in den nächsten Jahren vor neuen Herausforderungen. Elektroautos, Carsharing oder Connected Car sind erst der Anfang. Nicht nur Händler, auch immer mehr Teilehersteller denken darüber nach, ihre B2B- und B2C-Handelsaktivitäten auszubauen. Gefragt sind innovative Geschäftsmodelle. Es gilt, IT-Innovationen stärker in das Business zu integrieren. Die Gewinner sind diejenigen Anbieter, die es vor ihren Mitbewerbern schaffen, neue Distributionswege direkt zum Kunden aufzubauen. Für Handelsstrategien im datengetriebenen Kfz-Teilemarkt ist eine tragfähige Lösungsarchitektur zu schaffen. Ein Online-Shop von der Stange bietet hierfür keine hinreichende Antwort. Vielmehr braucht es eine robuste Enterprise Commerce Plattform.

Pressekontakt

Speed4Trade GmbH
An den Gärten 8 - 10
D-92665 Altenstadt

Tel. +49 (0) 96 02 / 94 44 - 0
Fax: +49 (0) 96 02 / 94 44 - 100

Frau Anja Melchior
Leiterin PR & Kommunikation
presse@speed4trade.com

2. Datenmanagement: Das A und O im digitalen W(H)andel

Hochsommerliche Temperaturen während der gesamten Messewoche brachten auch heiße Diskussionen hervor. Wie die Messe Frankfurt in ihrem Schlussbericht verkündet, war der Kampf um die Daten eine der Fragen, die auf der Messe am heißesten diskutiert wurden. Fortschreitende Digitalisierung und verändertes Kundenverhalten verlangen ein erstklassiges Produktdatenmanagement (PDM oder auch PIM=Product Information Management). Teilekataloge wie von TecDoc oder anderer Datenlieferanten sind eng an PDM- bzw. PIM-Funktionseinheiten zu koppeln. Auf diese Weise lassen sich digitale Teileangebote hochautomatisiert mit Bildern, Attributen, Fahrzeugzuordnungstabellen oder Teilenummern anreichern. Mehrfacheditieren und Datenvererbung vereinfachen und beschleunigen die Datenveredelung. Somit werden verkaufsstarke Angebote in Shop, eBay & Co. erzeugt. Händler und Hersteller fahren so eine sichere und hocheffiziente Multi-Channel-Strategie.

3. Geschäfte expandieren - Prozesse integrieren

Die Automechanika ist idealer Treffpunkt für Geschäftskontakte über Deutschland und sogar Europa hinaus. Der internationale Anteil der 136.000 Besucher in Frankfurt lag bei 60 %. Die Zeichen im automobilen Aftermarket stehen auf Wachstum und Expansion. Es gilt, den digitalen Wandel aktiv über Grenzen hinweg zu gestalten. Abseits klassischer Vertriebswege und Angebotsformate. Marktplätze wie eBay oder Amazon und deren weltweite Verbreitung garantieren hohe Reichweite und Besucherfrequenz. Hierfür bewährt hat sich der Einsatz einer zentralen Integrationsplattform (Middleware). Ausgestattet mit tiefer Marktplatzanbindung samt internationaler Verkaufsplattformen wie eBay.nl oder amazon.fr fließen hier alle Prozesse zusammen. Das gesamte eCommerce-Ökosystem ist damit in die bestehende Systemlandschaft integriert. Nur so kann profitables Wachstum gesichert werden.

4. Vernetzung aller Kanäle: Online, Mobile, POS

Mittels einigen beachtenswerten Fahrzeugexponaten waren die „Vernetzung des Automobils“ und „die vernetzte Werkstatt“ während der Messe in aller Munde. Die Entwicklung von selbstfahrenden Autos und ausgefeilten Kommunikationssystemen über den Boardcomputer ist bereits in vollem Gange. Mit Blick auf den Handel geht es auch hier darum, alle Kanäle miteinander zu verknüpfen. Kunden wollen in allen Lebenslagen und zu jeder Zeit einkaufen. Das Ziel: Kfz-Teile, Reifen, Zubehör und Services über alle Customer-Touchpoints zu positionieren. Die Pflicht: Auf digitalen Displays (Desktop-PC, Tablet, Smartphone). Die Kür: Vernetzt mit dem Point of Sale in Autohaus, Werkstatt und Filiale. Hier sind Touch-Terminals als virtuelle Regalverlängerung oder digitale Schaufenster mit QR-

Pressekontakt

Speed4Trade GmbH
An den Gärten 8 - 10
D-92665 Altenstadt

Tel. +49 (0) 96 02 / 94 44 - 0
Fax: +49 (0) 96 02 / 94 44 - 100

Frau Anja Melchior
Leiterin PR & Kommunikation
presse@speed4trade.com

Codes denkbar. Stichwort »Internet of Things«. Die Zukunft liegt vielleicht darin, mit Buy Buttons Suchmaschinen und Online-Shops zu umgehen. Dinge zum Anfassen (z.B. Autoteile) sind möglicherweise die Shopping-Plattformen von morgen.

5. Beratung und Service aus Digitalwelt nicht wegzudenken

Die Messe hat einmal mehr gezeigt: Eine Geschäftsbeziehung lebt von der persönlichen Begegnung und Beratung. Im Kfz-Teilehandel gewinnt in Zeiten von Konsolidierung und Verdrängungswettbewerb das Thema Service und kundenorientierte Prozesse zunehmend an Bedeutung. Es gilt, einzigartige Serviceangebote digital anzubieten. Soll heißen: Mit dem neuen Kompletträder-Satz soll auch der Radwechsel beim kundennahen Montagepartner angeboten werden. Sichere, prozessübergreifende Anbindung an die wichtigsten Unternehmenssysteme ist gefragt. Diese sollte so weit gehen, dass bei Bestellung des Radsatzes inkl. Montage die verfügbare Hebebühne in der Werkstatt gleich mit terminiert wird.

Speed4Trade sieht sich als idealer Lösungsanbieter für derartige B2C- und B2B-Commerce-Strategien. Das etablierte Softwarehaus betreut seit vielen Jahren erfolgreich renommierte Unternehmen aus dem Automotive Aftersales-Market.

Über Speed4Trade

Speed4Trade liefert erstklassige digitale Lösungen für den internationalen Omni-Channel-Commerce im Automotive Aftersales-Market. Das Softwarehaus mit 90 Mitarbeitern und einschlägiger Automotive-Expertise versteht sich als Integrationsspezialist für Verkaufsprozesse auf allen Kanälen: Online, Mobile und am Point of Sale. Seit mehr als 10 Jahren vertrauen dem etablierten Branchenführer renommierte Ersatzteile- und Reifenhändler, Autohausgruppen, Werkstattketten, Filialisten und Hersteller. Diese profitieren von einem Gesamtpaket aus Beratung, Konzeption, Umsetzung und Integration in die bestehende Systemlandschaft. Speed4Trade-Kunden erhalten damit ein solides Fundament für deren profitable plattformgestützte B2C- und B2B-Handelsstrategien.

www.speed4trade.com

Pressekontakt

Speed4Trade GmbH
An den Gärten 8 - 10
D-92665 Altenstadt

Tel. +49 (0) 96 02 / 94 44 - 0
Fax: +49 (0) 96 02 / 94 44 - 100

Frau Anja Melchior
Leiterin PR & Kommunikation
presse@speed4trade.com