NTT DATA veröffentlicht Automotive Aftersales Studie 2021

**Wie Autohäuser mehr aus digitalen Touchpoints machen können**

**München, 04. März 2021** – NTT DATA, führender Anbieter von Business- und IT-Lösungen, hat gemeinsam mit dem Branchenmedium AUTOHAUS die Automotive Aftersales Studie 2021 veröffentlicht. Unter dem Titel „UNGENUTZTE POTENZIALE IM AUTOMOTIVE AFTERSALES – Wie Sie mit digitalen Touchpoints Kunden begeistern können“ zeigt die Studie, wie sich die digitalen Touchpoints verbessern lassen, um eine höhere Kundenzufriedenheit zu erreichen.

Die Studie informiert über den aktuellen Status der vier wichtigsten digitalen Touchpoints: Website, App, Social Media und Connected Car in Form des Infotainment-Systems im Fahrzeug. Digitaler Touchpoint Nummer 1 ist laut Studie die Website: Stolze 85 Prozent der Händler bieten bereits Aftersales-Leistungen auf ihrer Website an. Allerdings bleiben viele Kundenwünsche unerfüllt: 71 Prozent der Privatkunden erwarten verbindliche Preisangaben, doch auf einem Drittel der untersuchten Seiten fehlen diese.

Ähnlich sieht es beim Touchpoint Kunden-Apps aus: Mehr als drei Viertel der Befragten, welche keine Apps nutzen (77 Prozent), vermissen den Mehrwert von Apps. Selbst die Möglichkeit zur Terminvereinbarung per App suchen Kunden zumeist vergebens. Außerdem fehlen auch hier zumeist die Preisangaben. Kein Wunder also, dass nur 23 Prozent der Kunden die App nutzen, die zu ihrem Fahrzeug angeboten wird. Dabei sind sie sehr aufgeschlossen für die Nutzung digitaler Touchpoints: Mehr als ein Drittel der Kunden (35 Prozent) wünschen sich eine Verfolgung des Reparaturstatus per App.

Besonders groß ist die Kluft zwischen Kundenwünschen und Angebot am Touchpoint im Bereich Connected Car: Die Hälfte aller Kunden kann sich vorstellen, Servicetermine über das Infotainment-System ihres Fahrzeugs zu buchen. Doch die Serviceleistungen der Hersteller und Händler sind in den untersuchten Systemen nicht verfügbar – ebenso wenig die Terminbuchung aus dem Fahrzeug heraus. Immerhin: Einige Hersteller haben das Potenzial digitaler Aftersales-Prozesse erkannt und versenden zumindest nach der Buchung die Terminbestätigung direkt an das Fahrzeug.

Neben dem Zahlenwerk zum Status Quo stellt die Untersuchung konkrete Ansätze für eine effizientere Nutzung digitaler Touchpoints vor: Sie stellt die ungehobenen Potenziale des jeweiligen Touchpoint vor und zeigt, wie sie bessere Kundenerlebnisse ermöglichen – von der Kommunikation über die Terminbuchung bis hin zum Kauf von Teilen, Zubehör oder digitalen Diensten, wie zum Beispiel Updates der Navigationssoftware.

Heinz Baier, Head of Industry Automotive, NTT DATA DACH, kommentiert die Ergebnisse der Studie zusammenfassend so: „Die Automotive Aftersales Studie von NTT DATA und AUTOHAUS zeigt: Digitale Touchpoints sind in der Lage, konkrete Kundenwünsche zu erfüllen. Das gilt für verbindliche Preisauskünfte ebenso wie für eine komfortable Terminbuchung und transparente Abläufe im Service. Wir bei NTT DATA werden deshalb weiterhin gemeinsam mit unseren Partnern in der Automobilindustrie die Erkenntnisse aus der Untersuchung umsetzen in digitale Touchpoints, die Autohaus-Kunden begeistern.“

Die 48 Seiten starke Automotive Aftersales Studie von NTT DATA ist ab sofort erhältlich unter:  <https://de.nttdata.com/insights/studien/automotive-aftersales-studie>

**Konkreter Lösungsansatz: FollowX**

Mit der cloudbasierten Anwendung FollowX bietet NTT DATA Autohäusern eine integrierte Lösung für die Digitalisierung ihrer Service-Prozesse. Als bisher einzige Anwendung auf dem Markt kombiniert FollowX alle wichtigen Features für effizientere Prozesse, mehr Produktivität und weniger Overhead-Kosten in einer Plattform. Von der interaktiven Kundenkommunikation über die integrierte Fahrzeug- und Schlüsselortung bis zur Digitalen Service-Beratung mit Video-Chat erhalten Autohäuser wertvolle Unterstützung. Die Folge: Die Werkstatt arbeitet effizienter und das Auto ist schneller wieder beim Kunden. Mehr Informationen zu FollowX unter: <https://de.nttdata.com/Insights/Video/FollowX>

**Über NTT DATA**

NTT DATA – ein Teil der NTT Group – ist Trusted Global Innovator von Business- und IT-Lösungen mit Hauptsitz in Tokio. Wir unterstützen unsere Kunden bei ihrer Transformation durch Consulting, Branchenlösungen, Business Process Services, IT-Modernisierung und Managed Services. Mit NTT DATA können Kunden und die Gesellschaft im Allgemeinen selbstbewusst in die digitale Zukunft gehen. Wir setzen uns für den langfristigen Erfolg unserer Kunden ein und kombinieren globale Präsenz mit lokaler Kundenbetreuung in über 50 Ländern. Weitere Informationen finden Sie für

Deutschland: de.nttdata.com
Österreich: at.nttdata.com
Schweiz: ch.nttdata.com

**Pressekontakt für Deutschland, Österreich und Schweiz:**

NTT DATA DACH

Katja Friedrich

VP, Head of Communications

Tel.: +49 172-7395234

E-Mail: Katja.Friedrich@nttdata.com