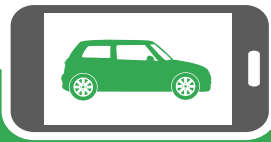


WIE VERHÄLT SICH DER NEUWAGENKÄUFER HEUTZUTAGE?



Der moderne Neuwagenkäufer

90%

der Autokäufer recherchieren online

86%

der Autokäufer im Alter 18+ nutzen Smartphones



Smartphones spielen eine immer wichtigere Rolle beim Autokauf

2,1 Besuche beim Autohändler vor dem Kauf

Kunden besuchen weniger Autohändler als früher



84%

der Autokäufer nutzen Suchmaschinen

Sowohl Lebenssituationen als auch praktische Gründe lösen die Entscheidung aus ein neues Auto zu kaufen

Es ist Zeit für ein neues Auto

1,2

Probefahrten vor dem Kauf

Die engere Auswahl

2,4

Marken werden berücksichtigt



Lebenssituationen



20%

verbesserte finanzielle Situation



11%

neuer Job/ Beförderung



5%

wachsende Familie

Praktische Gründe



37%

mussten ihr Auto ersetzen



35%

wollten einfach ein neues Auto



26%

sahen ein gutes Angebot



54%

sind noch unentschieden welches Auto sie kaufen wollen

Bedeutung von Video

57%

sahen Online Videos

48%

geben an, dass Online Video ihre Meinung über einen Hersteller positiv beeinflusst hat



Video beeinflusst die Entscheidung des Autokäufers und löst kaufrelevante Aktionen aus

74%

haben gehandelt nachdem sie ein Video gesehen haben



ZUKUNFT DES AUTOKAUFES

47%

ziehen aktuell in Erwägung, ein Auto im Internet zu kaufen

Hauptgründe ein Auto online zu kaufen sind "Preise und Aktionen"

41%

kauften bei einem Händler, den sie vorher nicht kannten

31%

recherchieren online um einen Händler zu finden

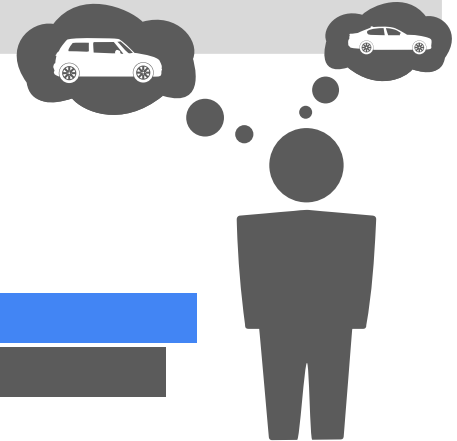
Bedeutung des Händlers



MICROMOMENTS

Micromoments sind hunderte von Aktionen in Echtzeit, bei denen Nutzer eine Absicht ausdrücken.

Jeder dieser Micromoments ist eine Möglichkeit für Autohersteller die Kundenentscheidungen und -präferenzen zu beeinflussen. Deshalb ist es wichtig die richtige Person zur richtigen Zeit mit der richtigen Aussage zu erreichen - bei jedem Kontakt.



Dies sind die Top 5 Micromoments der Autokäufer, in denen Autohersteller präsent sein sollten:

