

Wie können Sie die Remarketing-Margen effizient kontrollieren?

**Stéphane GILBERT**

Marketing und Produkt Leiter

Autos zu verkaufen ist gut, aber sie zum richtigen Preis zu verkaufen ist entscheidend. Die Überwachung der Verkaufssperformance ist notwendig, um sowohl Margen zu optimieren als auch die Leistung zu verbessern. Die COVID-Periode hat zwar wirtschaftliche Einschnitte verstärkt, aber auch eine enorme Chance geboten, da Leistungsniveau und Lagerknappheit ein noch nie dagewesenes Niveau erreicht haben. Seitdem hat sich der Markt wieder normalisiert. Es ist daher wichtig, sich nun wieder auf die Kontrolle der Margen und Preise zu konzentrieren, um die Verkaufssperformance zu überwachen und sich an die Realität des Markts anzupassen.

Ein marktbasiertes Referenzsystem...

Genaue Identifizierung von Fahrzeugen (VIN)

Um die Wiedervermarktungsmargen effektiv zu kontrollieren, ist es entscheidend, sich auf ein robustes externes Marktreferenzsystem zu verlassen. Dies beginnt mit der genauen Identifizierung von Fahrzeugen, wobei die VIN (Vehicle Identification Number) als präziser Identifikator verwendet wird. Um ein genaues Ergebnis zu erhalten, sollte die Identifizierung heute mindestens folgende Werte erreichen

98 % des Marktes.

Vergleichen Sie Ihre verkauften Fahrzeuge mit einem externen Referenzwert

Sobald Ihr Auto identifiziert ist, ist es wichtig, einen externen Marktwert zu erhalten. Durch die Nutzung externer Referenzwerte erhalten Unternehmen einen klaren und neutralen Maßstab, um Wert und Leistung der verkauften Fahrzeuge zu vergleichen. Dieser hilft bei der Festlegung des richtigen Preises. Dieser Ansatz stellt sicher, dass jede Transaktion anhand der Marktbedingungen bewertet wird, was eine strategischere Ausrichtung der Wiedervermarktungspreise ermöglicht. Je häufiger Sie Ihre Daten aktualisieren, desto genauer wird Ihre Bewertung sein.

...um die Verkaufsleistung zu messen...

Berechnen Sie Ihren RPI

Sobald ein Marktbezug hergestellt ist, besteht der nächste Schritt darin, die Verkaufsleistung zu messen. Dazu gehört die Berechnung von Schlüsselindikatoren wie dem Wiederverkaufspreisindex (RPI), um die Rentabilität über verschiedene Fahrzeugkategorien, geografische Gebiete, Marken, Händlergruppen usw. zu bewerten. Zur Berechnung des RPI können verschiedene Methoden angewandt werden, die in erster Linie von der Marktreferenz (B2B, B2C, C2C) und den in die Berechnung einbezogenen spezifischen Einstellungen abhängen.

Zunächst wird der RPI auf der Grundlage des Verkaufspreises des Fahrzeugs zuzüglich der entstandenen Schäden ermittelt. Anschließend wird diese Summe entweder durch einen B2C-Marktwert oder einen konfigurierten B2B-Wert geteilt, der den Prozentsatz und den Betrag der Händlermarge sowie den Verhandlungsspielraum berücksichtigt.

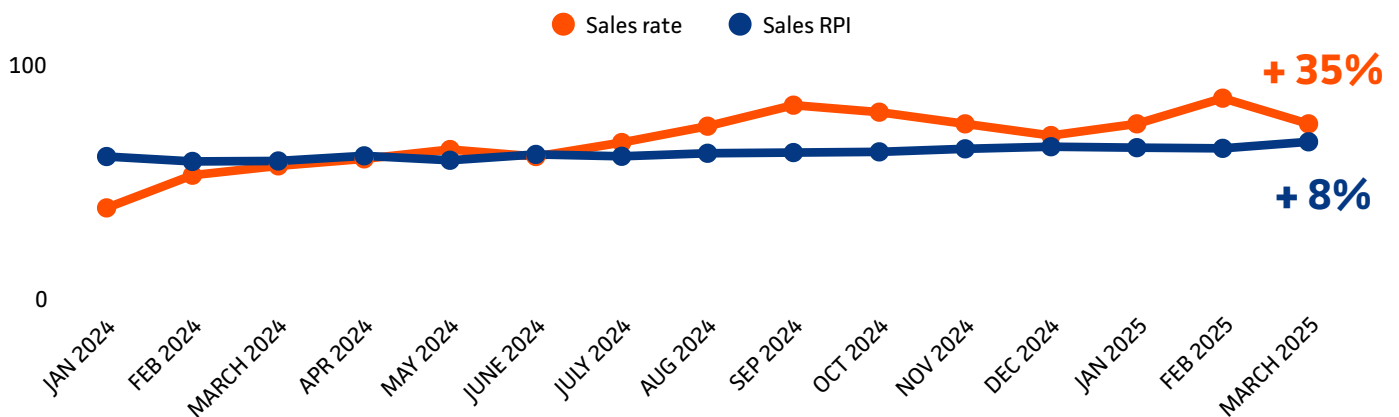
...und herausfordernde Verkaufsleistung, um Werte zu erschließen

Integrieren Sie erweiterte KPIs in das Vertriebsmanagement - Zielsetzung

Um den größtmöglichen Nutzen zu erzielen, sollten Unternehmen fortschrittliche KPIs in ihre Vertriebsmanagement-Prozesse einbauen und präzise Ziele festlegen.

Die meiste Zeit basieren die Verkaufspreise auf den Einkaufspreisen. Durch die Verwendung eines prädiktiven RPI-Verkaufs zur Festlegung des Einkaufspreises können OEMs oder andere Interessengruppen ihre Strategie feinabstimmen und sich ihren Zielergebnissen annähern.

Bei EasyReprise, unserer C2B-Tochtergesellschaft, haben wir die RPI-Verkaufsprognose für Frankreich für das letzte Jahr und für Autos bis zu 8 Jahren eingesetzt. Die nachstehende Grafik zeigt die Entwicklung unserer Verkaufsrate sowie unsere RPI-Verkaufsleistung.



Quelle: autobiz, Frankreich, Fahrzeuge 0-96 Monate

Durch den Abgleich von Einkaufspreisen, RPI und Wiederverkaufspreisen mit Verkaufszielen, Lagerbeständen, Markenattraktivität und verarbeiteten Mengen können Unternehmen sicherstellen, dass ihre Verkaufsstrategien auf das aktuelle Marktumfeld zugeschnitten sind. Die Fähigkeit, die Margen des Verkaufspersonals mit Hilfe fortschrittlicher Tools in Echtzeit zu verwalten, ist für die Steigerung von Produktivität und Rentabilität von entscheidender Bedeutung.

Wie kann man in einer so unsicheren Landschaft vorausschauend handeln?

Um die Wertschöpfung zu maximieren, ist es unerlässlich, die Vertriebsleistung kontinuierlich zu hinterfragen. Durch die Integration fortschrittlicher KPIs in das Vertriebsmanagement können Sie die erzielten Margen pro Fahrzeugkategorie genau verfolgen und die Strategien entsprechend anpassen.

Diese wichtigen Leistungsindikatoren, wie z.B. der RPI, liefern wertvolle Erkenntnisse zur Optimierung von Verkaufsprozessen, zur Verbesserung der Rentabilität und zur Unterstützung fundierter Entscheidungen.

Sie spielen eine entscheidende Rolle bei der Festlegung einer starken und kontrollierten Preisstrategie. Der nächste Schritt besteht darin, mehr und mehr Aufgaben zu automatisieren, um die Produktivität zu steigern.

Da die Remarketing-Landschaft immer komplexer wird, bietet die Automatisierung einen Weg zur Rationalisierung der Abläufe und zur Steigerung der Effizienz. Automatisierte Prozesse, von der Verfolgung von KPIs bis zur Durchsetzung von Preisstrategien, ermöglichen es Unternehmen, sich auf strategische Aufgaben zu konzentrieren und gleichzeitig den manuellen Aufwand zu reduzieren. So wird sichergestellt, dass die Entscheidungsfindung agil und präzise bleibt und auf die Marktdynamik reagiert werden kann.

Möchten Sie mehr erfahren?

Stéphane GILBERT
Marketing und Produkt Leiter

insights@autobiz.com

