

07.10.2014 – 09:15 Uhr

Bain-Studie zu Big Data in der Automobilindustrie: Vernetzte Fahrzeuge und intelligente Datenverknüpfung revolutionieren die Automobilindustrie

München (ots) -

- Big-Data-Analysen ermöglichen hohe Kundenorientierung und neue Wege zur Markendifferenzierung
- Marketing, Produktentwicklung und After-Sales-Services lassen sich effizienter als bisher auf die Nachfrage ausrichten
- Zwischen Herstellern, Händlern und Werkstätten ist eine enge Zusammenarbeit nötig, um Kunden maßgeschneiderte Produkte und Dienstleistungen zu bieten

Automobilhersteller erhalten durch Big Data die Chance, sowohl ihre Kunden als auch deren Fahrzeugnutzung besser zu verstehen. Das Resultat sind individualisierte Angebote und eine optimierte Produktentwicklung. Dies zeigt die aktuelle Studie "Big Data revolutioniert die Automobilindustrie" der internationalen Managementberatung Bain & Company. Vernetzte Autos und die intelligente Verknüpfung von Daten aus den Fahrzeugen, dem Internet sowie von Werkstätten und Händlern eröffnen den Herstellern zahlreiche neue Services und Geschäftsmöglichkeiten. Die ersten Big-Data-Anwendungen werden vor allem in den Bereichen Marketing und After-Sales entstehen.

Die stark zunehmende Zahl an Modellen und Ausstattungsvarianten in der Automobilindustrie spiegelt den Trend zum personalisierten Produkt wider. Dennoch wird es für die Hersteller immer schwieriger, sich zu differenzieren: Die Produkteigenschaften ähneln sich, große Qualitätsunterschiede sind kaum erkennbar und neue Technologien werden nach kurzer Zeit industrieweit verfügbar. Um sich abzuheben, müssen sich die Autobauer stärker am Kunden orientieren. Der Kundenkontakt und die damit verbundenen Nutzerdaten liegen heute vorwiegend in der Hand des Händlernetzes und der Markenwerkstätten, weswegen eine durchgängige Kundenorientierung für die Automobilhersteller nur schwer umzusetzen ist.

Doch diese Situation wird sich in den nächsten Jahren ändern. Der Grund: Big Data und die Vernetzung des Autos. Die Hersteller können umfassende Fahrzeug- und Kundendaten aus zahlreichen Quellen systematisch sammeln, auswerten und weiterverarbeiten. Daraus entstehen detaillierte Kunden- und Produktprofile, mit denen die Autobauer ihre Kunden, deren Wünsche und Fahrzeugnutzung besser einschätzen lernen. So wird die kombinierte Auswertung von Werkstatt- und Fahrzeugdaten in Zukunft zu einer gezielteren Kundenbetreuung, besserer Werkstattauslastung und einer optimierten technischen Produktgestaltung führen. Vernetzte Fahrzeuge ermöglichen den direkten Kontakt mit dem Fahrer und bringen damit nicht nur interaktive digitale Services, sondern auch personalisiertes Marketing in das Auto.

"Big Data macht den einzelnen Kunden und sein Verhalten für den Automobilhersteller transparent", erklärt Dr. Klaus Stricker, Partner bei Bain & Company und Leiter der globalen Praxisgruppe Automobilindustrie. "Das ermöglicht eine bessere Kundensegmentierung - bis hin zur Individualisierung der Produkte." Produktentwicklung, Marketing und After Sales lassen sich mit Big-Data-Auswertungen wesentlich effizienter als bisher auf die Nachfrage ausrichten. Entsprechend werden die Hersteller künftig eine deutlich intensivere Beziehung zu ihren Kunden pflegen können.

Neue Geschäftsmodelle aufsetzen

Die fundierten Kundenkenntnisse aus Big-Data-Analysen versprechen die Erschließung neuer Ertragsquellen - dies gilt für das Neuwagengeschäft ebenso wie für Mobilitäts- und Car-Sharing-Angebote. Das Serviceangebot wird sich unmittelbar und situationsgerecht an den Bedürfnissen der Kunden orientieren können, wie etwa die Identifikation und Kontaktaufnahme der nächstliegenden Vertragswerkstatt bei Unfällen. Die Autohersteller werden mithilfe exakter Kundenprofile ihre Fahrzeugtechnik und ihre Leistungen weiterentwickeln und verbessern. So können beispielsweise reale Nutzungsprofile auf Over-Engineering oder Nachbesserungsbedarf hinweisen und Voraussagen zur Wartungsintensität getroffen werden. "Das Marketing wird personalisiert, kann gleichzeitig die Kundenpotenziale besser ausschöpfen und die Markenbindung optimieren", so Bain-Experte Stricker. "Ziel ist es, durch individuelle Kundenbetreuung und Services die Wünsche und Vorstellungen der einzelnen Kunden möglichst umfassend zu erfüllen und ein zunehmend differenziertes Markenerlebnis zu gestalten."

Enger Schulterschluss mit Händlern und Werkstätten

Entscheidend ist die enge Zusammenarbeit zwischen Herstellern, Händlern und Werkstätten. Denn neben den wachsenden digitalen Informations- und Absatzkanälen werden die persönliche Beziehung sowie der physische Kontakt mit dem Produkt Auto weiterhin wichtige Eckpunkte des Vertriebs- und des Serviceerlebnisses bleiben.

Händler und Werkstätten werden künftig bei jedem Kundenkontakt ein aktuelles Kundenprofil mit Segmenteinstufung abrufen können. Gezielte Angebote von Neu- oder Gebrauchtwagen richten sich nach den bisher gezeigten Kundenpräferenzen - sowohl bei der Fahrzeugauswahl als auch bei der Altfahrzeugrücknahme und der Finanzierung.

Basis einer nachhaltigen After-Sales-Betreuung ist eine vorausschauende und individuell an Modell, Nutzung und Ausstattung angepasste Wartungsstrategie - ebenfalls optimiert durch das Wissen aus Big-Data-Analysen. Sich häufende Probleme und Mängel können identifiziert und die betroffenen Kunden gesondert betreut werden. Rückrufe werden künftig entlang der tatsächlichen Nutzungsintensität des Fahrzeugs nach Dringlichkeit gestaffelt. Dies wiederum verbessert das Kosten-Nutzenverhältnis sowie die Werkstattauslastung deutlich.

"Letztlich geht es bei Big Data vor allem darum, den Kunden wirklich zu verstehen, um ihn dann mit maßgeschneiderten Angeboten zu überzeugen und an die Marke zu binden", resümiert Bain-Partner Stricker. "Hier leistet die Automobilindustrie derzeit Pionierarbeit und wird zum Vorreiter für andere Branchen."

Kontakt:

Leila Kunstmann-Seik, Bain & Company Germany, Inc., Karlspatz 1,
80335 München
E-Mail: leila.kunstmann-seik@bain.com, Tel.: +49 (0)89 5123 1246,
Mobil: +49 (0)151 5801 1246

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100018214/100762531> abgerufen werden.