

KÜNSTLICHE INTELLIGENZ PRÄGT MEHR UND MEHR DAS KUNDENERLEBNIS IN DER AUTOMOBILBRANCHE

- Auswertung riesiger Datenmengen ermöglicht maßgeschneiderte Kundenerlebnisse
- Modebranche als Vorbild: künstliche Intelligenz für simulierte Probefahrten nutzen
- KI-basierte Algorithmen könnten fortschrittliche Preisstrategien entwickeln

Frankfurt – 15. MONAT 2024 – Wie wirkt sich künstliche Intelligenz (KI) auf den Automobilhandel aus? Dieser Fragestellung geht MotorK, Europas führender SaaS-Anbieter von digitalen Marketing- und Vertriebsplattformen für den Automobilhandel, auf den Grund und hebt die wichtigsten Makrobereiche hervor, in denen KI die Art und Weise beeinflusst, wie Kunden Autos kaufen.

Das Zeitalter der Hyper-Personalisierung

Künstliche Intelligenz öffnet die Türen für das Zeitalter der Hyper-Personalisierung. Durch die Auswertung riesiger Datenmengen – von der bevorzugten Farbe eines Neuwagens bis hin zu den Fahrgewohnheiten eines Nutzers – ermöglicht KI Autohändlern, ein maßgeschneidertes Erlebnis zu schaffen, bei dem sich jede Empfehlung optimal an die Bedürfnisse des einzelnen Kunden anpasst. Dabei ergeben sich ganz neue Möglichkeiten zur Personalisierung. Statt der bloßen Auswahl eines Automodells ist nun ein ganzes Paket von Lösungen möglich, die auf die Bedürfnisse und Vorlieben jedes einzelnen Kunden zugeschnitten sind.

Immersive KI: Die kreative Revolution reicht bis zu virtuellen Testfahrten

Einer der meistdiskutierten Trends über alle Branchen hinweg ist die sogenannte generative künstliche Intelligenz. Diese lernt von bestehenden Inhalten und ermöglicht es dadurch, originelle Texte, Bilder, Videos, Musik und sogar Codezeilen zu erstellen. In der Modebranche hat die Revolution bereits begonnen: Heute taucht der Anwender in ein Kundenerlebnis ein, das die Vorteile der physischen Welt beibehält und sie mit der einfachen Zugänglichkeit und Benutzerfreundlichkeit der Online-Dimension kombiniert. So können Kunden beispielsweise auf Grundlage ihrer körperlichen Merkmale die Anprobe von Kleidungsstücken simulieren.

Auch im Automobilhandel sind wir davon nicht weit entfernt: Viele Autohersteller haben virtuelle Ausstellungsräume geschaffen und bieten ihren Kunden schon heute die Möglichkeit, das Fahrzeug mit Hilfe von 360-Grad-Videos zu besichtigen. Von hier aus könnte der Weg zu simulierten Probefahrten, die genauso überzeugend sind wie in der realen Welt, nicht mehr allzu weit sein.

Chatbots und virtuelle Assistenten: Neue Dynamik für den Conversational Commerce

Chatbots und virtuelle Assistenten sind bereits Teil unseres täglichen Lebens. Ihre Unterstützung hat sich inzwischen zu einer Notwendigkeit für Unternehmen entwickelt, die eine effektive Online-Präsenz benötigen. Nutzer wünschen sich Unmittelbarkeit, Unterstützung und Problemlösungsfähigkeiten in Echtzeit. Daher definiert KI die Dynamik des Conversational Commerce (dialogorientierter Handel) neu. KI-basierte Anwendungen können während der gesamten Customer Journey in Echtzeit detaillierte und aktuelle Informationen liefern, von technischen Details der Modelle bis hin zu den verfügbaren Finanzierungsoptionen. So lassen sich die Chancen auf einen erfolgreichen Abschluss vom ersten Kontakt bis zur endgültigen Kaufabwicklung deutlich erhöhen.

Fortschrittliche Preisstrategien für mehr Transparenz

KI-basierte Algorithmen, die auf Echtzeit-Marktanalysen angewandt werden, können fortschrittliche Preisstrategien entwickeln, die Endkunden transparente und wettbewerbsfähige Preise im Einklang mit den Branchentrends bieten. Während Händler und Automobilhersteller in der Lage sind, Nachfrageschwankungen, Kaufrends und die Verfügbarkeit von Lagerbeständen besser zu verstehen, kann KI zusätzliche Faktoren wie Saisonabhängigkeit, Angebote von Wettbewerbern und Kundenpräferenzen integrieren, um besser auf Marktbedingungen zu reagieren.

Für die Kunden ergibt sich daraus mehr Transparenz und Vertrauen. Denn der von der künstlichen Intelligenz vorgegebene dynamische Ansatz erlaubt es den Händlern, wettbewerbsfähige Preise festzulegen, die die aktuellen Markttrends widerspiegeln. Sie werden dabei nicht durch versteckte Faktoren künstlich aufgeblasen und sichern dennoch die Rentabilität für Verkäufer.

Paradigmenwechsel im Aftersales

Der Bereich Aftersales gehört zu den Bereichen, die am stärksten von künstlicher Intelligenz beeinflusst werden. Durch die fortlaufende Analyse von Fahrzeug- und Kundendaten kann die KI Wartungsanforderungen präzise vorhersagen und personalisierte Serviceempfehlungen auf der Grundlage des individuellen Fahrverhaltens und der Gewohnheiten der Nutzer anbieten. Dies stellt einen echten Paradigmenwechsel dar. Einerseits können Anbieter auf der Grundlage von Vorhersagemodellen wirksame Marketingkampagnen planen, um neue Einnahmequellen zu erschließen und gleichzeitig ihren Kunden relevante Dienstleistungen anzubieten. Andererseits könnte eine derartig tiefgreifende Datenerfassung und -analyse dazu beitragen, neue maßgeschneiderte Sicherheitsstandards zu definieren.

SparK-Plattform deckt alle Prozesse im Autohaus ab

Mit seiner leistungsstarken SparK-Plattform deckt MotorK alle Abläufe im Autohaus ab – über den gesamten Fahrzeuglebenszyklus und die komplette Customer Journey. Die Plattform ermöglicht ein 360°-Management der digitalen Präsenz, des Verkaufs und der Online-Marketing-Aktivitäten von OEMs, markengebundenen Vertriebspartnern und unabhängigen Händlern. Als Bestandteil der

SparK-Plattform nutzt das Tool „PredictSparK“ künstliche Intelligenz und verleiht Marketing-Aktionen von Autohäusern mehr Durchschlagskraft. Die Softwarelösung ist komplett in das Dealer Management System eingebunden und analysiert Daten aus dem Kundenbestand der Händler, damit dieser bei seinen Marketing-Kampagnen und Verkaufsaktionen die richtigen Kunden erreicht.

Über MotorK

MotorK ist Europas führender SaaS-Anbieter von digitalen Marketing- und Vertriebsplattformen für den Automobilhandel. MotorK ermöglicht es Autoherstellern und Händlern, die Zufriedenheit ihrer Kunden durch eine breite Palette vollständig integrierter digitaler Produkte und Dienstleistungen zu verbessern. MotorK bietet seinen Kunden eine innovative Kombination aus digitalen Lösungen, SaaS-Cloud-Produkten und der größten F&E-Abteilung in der digitalen Automobilvertriebs- und Marketingbranche in Europa. MotorK wurde 2010 in Italien gegründet und hat mittlerweile Niederlassungen in acht Ländern mit insgesamt über 450 Mitarbeitern. Das Unternehmen ist seit 2021 an der Euronext Amsterdam notiert. Weitere Informationen finden Sie unter: www.motork.io/de/

Pressekontakt:

MOTORK PR TEAM

press@motork.io

p.e.p. PRESSE & PR

motork@pep-pr.de