

Digitaltrends im Kfz-Teilemarkt

B2B, Service-Fokus und Flotten

Als Softwareprovider digitaler Sales- und Serviceplattformen beschäftigt sich Speed4Trade insbesondere mit den Entwicklungen im Kfz-Aftermarket. Mit Blick auf das Umsatzpotenzial und effizientere Prozesse bei Herstellern und Händlern des Kfz-Teile- und Reifensegments hat der Spezialist nun drei Digitaltrends formuliert. Damit möchte Speed4Trade bei bestehenden und zukünftigen Kunden wegweisende Impulse setzen.

1. Nach B2C kommt B2B – Prozesse werden komplexer

Der erste Trend aus Sicht von Speed4Trade setzt den Digitalisierungsfokus auf Business-to-Business. Dafür gibt es verschiedene Treiber, wie zum Beispiel die neue, digitalaffine Generation an B2B-Käufern. Dieser Trend zeigt sich auch in den Plattformprojekten der Altenstädter Softwarearchitekten. Hier stehen Werkstätten und Servicebetriebe als neue Kundengruppe von Plattformbetreibern sehr häufig im Fokus. Auch etablierte, im B2C-E-Commerce gestartete Online-Pure-Player wie Autodoc oder Kfzteile24 setzen alles daran, Werkstätten mit spezialisiertem Businesskundenprogramm konsequent für sich zu gewinnen und – ebenbürtig dem Großhandel – exzellent zu bedienen.

Aus der Erfahrung von Speed4Trade sind Digitalisierungsvorhaben im B2B des Aftermarkets deutlich komplexer. Hier geht es bei Plattform-Ökosystemen noch viel mehr um Schnittstellen zu den verschiedensten Drittsystemen, Datenlieferanten und darum, dass Prozesse bestmöglich digital abgebildet werden.

2. Vom Produkt hin zum Service – Mehr Service-Plattform als Online-Shop

Dem B2B-Trend folgt die Entwicklung vom reinen Produktverkauf hin zum Fokus auf Services, konstatiert Speed4Trade. Gerade im B2B-Umfeld mit oft austauschbaren Produkten möchten Anbieter besonders mit nutzenbringenden Services on top einen Unterschied für den Kunden machen. Beispielhaft nennt Speed4Trade hier das Vorhaben eines Autoteileherstellers, ein digitales Kundenportal als universelle 24/7-Selfservice-Anlaufstelle für seine B2B-Kunden zu schaffen. Fachhändler, Werkstätten sowie Mitarbeiter sollen dort unkompliziert und übersichtlich auf alle relevanten Informationen und Services wie Preislisten, Marketing-Content, Verfügbarkeitsinfos und Trainings zu den geführten Markenlinien zugreifen.

„Immer häufiger unterhalten wir uns in Kundenprojekten nicht mehr ‚nur‘ über den reinen Online-Shop“, erklärt Sandro Kunz, einer der beiden CEOs und Gründer von Speed4Trade. „Gerade im B2B müssen spezifischere Produkte und Services sowie mehrstufige, systemübergreifende Prozesse funktional ausgestaltet werden. Investitionen in eine digitalisierte Service- und Prozesslandschaft bieten große Chancen für mehr Umsatz und Effizienz in Unternehmen. Hier können wir mit unserer langjährigen Expertise beim Entwickeln und Integrieren digitaler Plattformen bestmöglich unterstützen.“

3. Flottenservice braucht digital statt analog

Trend Nummer drei beschäftigt sich mit dem zunehmenden Flottengeschäft für den Reparaturmarkt. Wie die von der Bo-



Digitaltrends im B2B-Kfz-Ersatzmarkt: Mit Blick auf das Umsatzpotenzial und effizientere Prozesse möchte Softwareprovider Speed4Trade hiermit Impulse bei Herstellern und Händlern des Kfz-Teile- und Reifensegments setzen.



„Investitionen in eine digitalisierte Service- und Prozesslandschaft bieten große Chancen für mehr Umsatz und Effizienz in Unternehmen.“: So sagt Sandro Kunz, einer der beiden CEOs und Gründer von Speed4Trade.

ston Consulting Group in Zusammenarbeit mit dem Europäischen Verband der Automobilzulieferer CLEPA realisierte Studie „Aftermarket 2030 – The Fleet Imperative“ in Zahlen belegt, soll sich die Anzahl der Flottenfahrzeuge bis 2030 verdoppeln. Gleichzeitig macht die Studie deutlich, dass diese Entwicklung Werkstätten und Serviceanbieter in vielerlei Hinsicht mit umfangreichen IT-System-Anforderungen konfrontiert. Dies bestätigt auch Speed4Trade aus der Erfahrung diverser Kundenprojekte in diesem Umfeld.

„Die Abwicklung von Serviceleistungen im Flottengeschäft stellt hohe Anforderungen an Werkstattfilialen und ihre Mitarbeiter“, betont Sandro Kunz. „Bisher wird hier noch immer mit zu viel Papier und manueller Datenerfassung operiert. Medienbrüche aufgrund fehlender Systemvernetzung sowie fehleranfällige Vorgänge sind die Folge. Hier ist ein Change von analog zu digital unabdingbar. In diesem Umfeld bieten wir zum Beispiel eine zentrale digitale Plattform, welche wirksam und digital dabei unterstützt, sämtliche Flottenserviceaufträge der Werkstätten und des mobilen Pannendienstes zu managen.“

Weitere Infos und Kontaktoptionen gibt es für interessierte Unternehmen mit Digitalisierungsvorhaben auf der Website der E-Commerce-Experten: www.speed4trade.com. ■