

Mit BVfK-DIGITAL erfolgreich Fahrzeuge an- und verkaufen

In den letzten Jahren hat die BVfK-Digitalabteilung zahlreiche digitale Produkte entwickelt, die den BVfK-Händler bei der täglichen Arbeit unterstützen und ihm helfen, erfolgreich Fahrzeuge zuzukaufen und anschließend zu vermarkten. Wir haben einigen unserer Händler bei der täglichen Arbeit mit den digitalen Produkten des BVfK über die Schulter geschaut und uns ihr Feedback eingeholt.

Thomas Wittlich vom Gebrauchtwagenhaus Wittlich in Dierdorf (www.gebrauchtwagenhaus.com) ist großer Fan vom BVfK-Kollegenangebot. „Über das System habe ich dieses Jahr bestimmt schon zehn Fahrzeuge verkauft.“, sagt Thomas Wittlich. Er meldet sich dazu einfach in unserem DMS-System, dem Agent 24, an, wählt aus seinem Fahrzeugbestand das gewünschte Fahrzeug aus und kann es anschließend über den Button „Kollegenangebot versenden“ an alle BVfK-Mitglieder versenden.

Herr Wittlich nutzt auch den iFrame der BVfK-Ankaufplattform www.fahrzeugankauf.de, und ist begeistert: „Ich konnte auf diesem Weg schon zwei Dutzend Fahrzeuge erfolgreich ankaufen.“

Wenn Herr Wittlich für seine Interessenten kein passendes Fahrzeug auf Lager hat, lädt er sie regelmäßig ein, auf der BVfK-Autowelt nach einem passenden Fahrzeug zu suchen. Beim Zukauf bei seinen Kollegen im BVfK schätzt er die hohe Verlässlichkeit und Seriosität der anderen Mitglieder. Bei der Einstellung seiner eigenen Fahrzeuge nutzt er auch immer die Möglichkeit, seine Fahrzeuge per einfachem Klick für den Online-Direktkauf auszuwählen. So können seine Kunden vom Sofa aus den Traumwagen bestellen und bis vor die Haustüre liefern lassen > www.autokauf-vom-sofa-aus.de.

Matthias Muck aus Frankfurt (www.muck-automobile.de) nutzt eine für ihn individualisierte BVfK-Händlerwebseite mit Content Management System

BVfK Fahrzeugankauf

Die Option für Fahrzeugbewertung, Ankauf- und Inzahlungnahme für die eigene Händlerwebseite

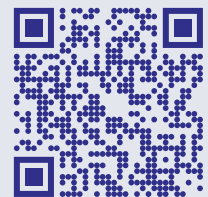
Mit dem iFrame der BVfK-Ankaufplattform „www.fahrzeugankauf.de“ bieten BVfK-Händler den Besuchern ihrer Webseite eine echte Option zur Fahrzeugbewertung und Inzahlungnahme ihres „Alten“ mit einer fairen Ankaufkalkulation. Auch Neuwagenvermittler, die keine Gebrauchtwagen in Zahlung nehmen, profitieren: Sie können ihren Kunden über eine wichtige Hürde zum Vertragsabschluss helfen:

„Hier werden Sie Ihren Alten los: www.fahrzeugankauf.de!“

Wie funktioniert BVfK-Fahrzeugankauf und wie kann man auf und mit seiner Webseite profitieren?



Hier geht's zum Erklär-Video:



BVfK Autowelt

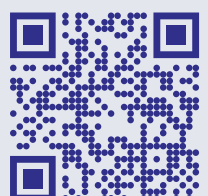
Die BVfK-Autowelt ist online: Die neue Internet-Börse exklusiv für BVfK-Mitglieder

- Start mit 30.000 Fahrzeugangeboten.
- Online-Autokauf mit BVfK-Sicherheit und auf Wunsch auch vom Sofa aus.
- Vom Sofa aus den Traumwagen bestellen und bis vor die Haustür liefern lassen.
- Unkompliziert und sicher mit Rückgabegarantie – das wünschen sich 49 %* der Autokäufer.

* Lt. einer Befragung im Auftrag von Autoscout24 vom 08.04.2020.



Scannen und entdecken:



und ist begeistert: „Ein ähnlich gutes Preis-Leistungsverhältnis findet man sonst auf dem Markt nicht“ und das will etwas heißen bei einem Profi mit mehr als drei Jahrzehnten Erfahrung. Auf seiner Homepage hat er die BVfK-Ankaufplattform integriert und bietet so seinen Kunden eine echte Option zur Fahrzeugbewertung und Inzahlungnahme.

Auch vom Agent24 ist Herr Muck überzeugt: „Nirgendwo sonst bekommt man so unkompliziert absolut rechtssichere Verträge.“ Gut gefällt ihm auch, dass Verbesserungsvorschläge in der BVfK-Digitalabteilung gerne angenommen und schnell umgesetzt werden.

Die Rechtssicherheit der BVfK-Vertragsformulare ist auch für Nektarios Antoniadis einer der größten Pluspunkte des BVfK Dealer-Management-Systems (DMS), dem optimalen Datenverarbeitungs- und Steuerungsinstrument für professionelle freie Kfz-Händler. Darüber hinaus schätzt er die unkomplizierten Im- und Exportportmöglichkeiten des AAgent24 genannten BVfK-DMS. „Der AAgent24 unterstützt mich umfassend bei der Bewältigung der täglichen Aufgaben in meinem Autohaus“, sagt Herr Antoniadis und freut sich, dass auch sein Feedback vom BVfK-Digitalteam bei der Weiterentwicklung der Software berücksichtigt wird.

Einer der aktivsten Nutzer der BVfK-Ankaufplattform www.fahrzeugankauf.de ist Anton Disterhoft vom Autohaus Fulda West. Er schätzt vor allem das einfache Handling und die Möglichkeit, nach der Reservierung des Fahrzeugs exklusiv mit dem Kunden verhandeln zu können. Dies vermeidet ein Hochschaukeln der Preise durch mehrere Bieter und sichert vernünftige Erträge. An ein Geschäft kann sich Herr Disterhoft besonders gut erinnern: „Wir haben einen Mercedes CLA über die Plattform angekauft und innerhalb von zwei Tagen in Verbindung mit einer Vollfinanzierung mit einem Bruttoertrag weiterverkauft, der den BVfK-Mitgliedsbeitrag um ein Mehrfaches überschritten hat.“ ■

BVfK Händlerwebseite

all inclusive

BVfK-Händlerwebseiten bieten professionelle Webpräsenz, inklusive Fahrzeugankauf und eigenem Fahrzeugbestand, die vollumfängliche Nutzung der BVfK-Plattform wird dem Mitglied mit seiner Beauftragung freigeschaltet. B2B-Pool, Fahrzeugverwaltung, Kollegenangebote und vieles mehr, stehen dem Mitglied mit einer Händlerwebseite des BVfK automatisch zur Verfügung.



AGENT24

Die Fahrzeugverwaltung der BVfK-Händler

Die BVfK-Entwickler präsentieren die aktuelle Fahrzeugverwaltung für BVfK-Händler. Der Agent24 ist das optimale Datenverarbeitungs- und Steuerungsinstrument professioneller freier Kfz-Händler.

Dabei steht der Name Agent24 für „Autoagent“, ein Tool, das 24 Stunden am Tag einen Großteil Ihrer Arbeit rund um die Beschaffung, Verwaltung und Vermarktung Ihrer Fahrzeuge in digitaler Form abnehmen kann und durch die kontinuierliche Weiterentwicklung zum unverzichtbaren Werkzeug der BVfK-Händler wird.

Der Agent24 bietet u.a.

- **Importschnittstellen**
- **Exportschnittstellen zu den wichtigen Börsen**
- **C2B-Business**
 - » Fahrzeugangebote von privaten Anbietern erhalten, die über die BVfK-Ankaufplattform fahrzeugankauf.de eingegeben wurden.
- **B2B-Business**
 - » Pool mit Zugriff auf über 30.000 Fahrzeuge mit B2B-Preisen von den BVfK-Händlerkollegen
 - » Vermarktungsmöglichkeiten innerhalb der BVfK-Händlergemeinschaft mit den BVfK Kollegenangeboten
- **Kollegennetzwerk**
 - » Fahrzeuggesuche mit nur einer

E-Mail an über 800 BVfK-Mitglieder senden.

- **Kundenverwaltung & Aufgabenplaner**

- » Mithilfe der Kundenverwaltung und Aufgabenplanung lassen sich problemlos Kundenbeziehungen abbilden und pflegen sowie auch Erinnerungen für diverse Aufgaben einstellen.

- **Fahrzeughistorie**

- » Ob zum Fahrzeug gespeicherte Dokumente, Bilder, Kunden oder Aufgaben, die Fahrzeughistorie liefert die notwendige Transparenz.

- **Integration der BVfK-Vertragsformulare; Standarddokumente, Sondervereinbarungen etc.**

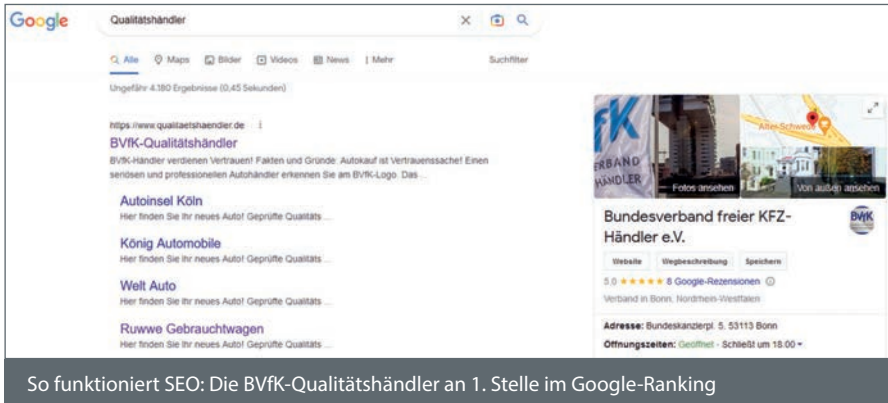
- **Vertragsformulare modular gestalten**

- **Reklamationsmanagement**

- » Sollte es beim An- oder Verkauf zu Problemen kommen, hilft die BVfK-Rechtsabteilung per Mausclick. Der Agent24 bietet nämlich eine neue Komfortfunktion, die es ermöglicht, die Dokumente zur Fahrzeughistorie neben einer kurzen Fallschilderung fast automatisch an die BVfK-Juristen zu übergeben. Das Suchen nach Unterlagen bleibt somit erspart und die im BVfK-Mitgliedsbeitrag enthaltene Ersteinschätzung folgt schnell und präzise.



Autos erfolgreich Im Internet präsentieren: Alternativen im Netz



Alles dreht sich um SEO = search engine optimization = Suchmaschinenoptimierung und ständig kommen neue Faktoren hinzu, die für das Gelingen werden der eigenen Website von Bedeutung sind. Der Weg zur dritten Alternative im Netz ist zwar aufwändig, aber lohnenswert. Was gilt es zu beachten?

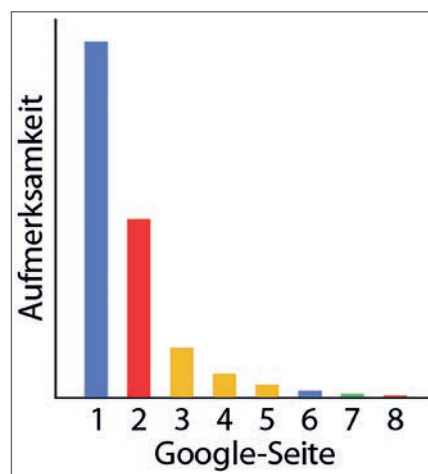
Die Nutzerfahrung ist einer der bedeutenden Rankingfaktoren. Seit Mitte 2021 sind bei Google die so genannten Core Web Vitals (alles was Ihre Webseitenperformance beeinflusst) zum Rankingfaktor geworden. Hierbei geht es im Grunde genommen um 3 Faktoren: **Geschwindigkeit, Interaktivität und Stabilität**. Laut Google erreichen noch nicht einmal 22% aller mobil gecrawlten Webseiten für alle 3 Faktoren ein „Gut“. Weitere Informationen finden Sie über den QR-Code.



Was ist zu tun?

Man checkt erst einmal selbst, wo man mit der eigenen Seite so steht. Das kann man zum Beispiel mit der Google Search Console tun. Die Google Search Console liefert neben einer recht guten und ausführlichen Analyse auch jede Menge Tipps, die zur Optimierung beitragen. Da es etwas technisches Wissen in Bezug auf die Registrierung und Bestätigung der Webseite abverlangt, fra-

gen Sie, sofern Sie Ihre Seite nicht selbst betreuen, am besten Ihre Agentur oder Ihren Webadmin, wie es um die Performance der Seite steht. Über den QR-Code gelangen Sie direkt zur Google Search Console.



Performant muss die Website sein

Eine recht umfangreiche Seite so richtig performant zu bekommen, ist schon ein Stück Arbeit. Die Performanz ist die technische Fähigkeit Ihrer Website, effizient zu laden und Inhalte den Lesern schnell und angemessen anzuzeigen. Google hebt die angesprochenen „Core Web Vitals“ als Kriterium zur Beurteilung der Website-Performance hervor. Diese Web Vitals verfolgen die Ladezeit, Benutzerfreundlichkeit und visuelle Stabilität einer Seite. Testen könne Sie

die Performanz ihrer Webseite zum Beispiel in dem von Google zur Verfügung gestellten Tool „PageSpeed Insights“, welches Ihre Seite auf Herz und Nieren überprüft und eine Bewertung mit detaillierter Aufschlüsselung wichtiger Faktoren ausgibt. Ausführliche Informationen finden Sie über den QR-Code.



Online-Reputationsmanagement

Ein Großteil der Verbraucher liest Online-Rezensionen und viele von ihnen bilden sich eine Meinung über ein Produkt oder eine Dienstleistung auf der Grundlage von nur wenigen Bewertungen. Ganz wichtig ist es, auf negative Bewertungen schnell zu reagieren. Sei es durch eine Richtigstellung oder das Bedauern über einen Fehler, der leider passiert ist und nicht wieder vorkommen soll. Weitere Informationen zum Umgang mit negativen Google-Bewertungen finden Sie auf Seite 28 und unter dem nebenstehende QR-Code.



Social Media

Für Ihre Kunden spielen Social Media-Plattformen eine immer bedeutendere Rolle, wobei die sozialen Medien davon leben, dass etwas los ist. Das heißt für Sie aktiv sein und posten, posten, posten. Denn sonst läuft auf dem Account nichts – und auch Google lässt einen links oder rechts liegen. Auf die Bedeutung von Social Media weist auch die deutsche Rennfahrerin Sophia Flörsch (siehe Interview auf Seite 20) hin: „Meine Generation wird von Trends geprägt. Diese Trends verbreiten sich über Social Media einfach viel schneller und eben in Bild und Ton. Wir denken nachhaltiger und gleichzeitig sind wir schnell konsumierende Verbraucher.“ stellt Sophia Flörsch zutreffend fest. ■