

Probefahrt

Vom Klick im Newsletter zur tatsächlichen Probefahrt mit möglichst geringer No-Show Rate

Copyright: Michael Holub | Consultant & Trainer

Probefahrt

- Wird eine Probefahrt als wichtiges Instrument im Verkaufsprozess angesehen?
 - Importeur
 - Autohaus
 - Verkäufer
- Werden genügend Probefahrten vereinbart?
 - Wären mehr Probefahrten besser?
- Wann vereinbaren Verkäufer eine Probefahrt mit einem Interessenten?
 - Es wird zu 100% angeboten, weil es der größte Hebel ist
 - Nur wenn der Kunde darauf besteht, weil der interne Prozess sehr mühsam ist
- Was wünscht sich ein Verkäufer?
 - Eine Assistentin, die mit Interessenten die Termine vereinbart und dann auch gleich alle internen Absprachen regelt, dass alles klappt?
 - Einfach mehr Fahrzeuge verfügbar, dann klappt das schon.
 - Wer trägt die Kosten wenn die größere Anzahl nicht genutzt wird?

Vom Klick im Newsletter zur tatsächlichen Probefahrt mit geringer No-Show Rate

Gesamtlogik

- Kunde klickt im Newsletter
- AI/KI erkennt Klick & Thema
- AI/KI liefert passende Zusatzinfos
- Kunde liest → Engagement wird gemessen
- AI/KI lädt zur Probefahrt ein
 - mit 2 Terminvorschlägen
 - Eintrag in Kalender
- Kunde akzeptiert
 - Termin wird automatisch in allen Kalendern verknüpft
- AI/KI führt No-Show-Reduktion durch
- Kunde erscheint im Autohaus

Voraussetzungen

- Newsletter vorhanden
 - Kann von AI/KI erstellt
 - Eigener Quick Win
- Interessenten mit den wichtigsten Daten
 - Aus DMS exportieren
 - Zugekaufte Daten

AI/KI misst Engagement

- AI/KI erkennt:
 - Öffnungszeit
 - Scrolltiefe
 - Klicks
 - Antwortverhalten
 - Endgerät (Mobil/Desktop)
- Wenn Engagement hoch:
 - Einladung zur Probefahrt
 - Konkrete Termine
- Wenn Engagement niedrig:
 - Sanfte Nachfass-Info
 - Sonst werden zu viele Termine sinnlos blockiert
 - „Wollen Sie später weiterlesen?“

Einladung zur Probefahrt

- AI/KI bietet zwei konkrete Optionen
 - Di, 23.Juni / 16:30
 - Do, 25.Juni / 10:00
- Verkäufer wird automatisch zugeordnet
- Fahrzeug wird reserviert
 - Ein Layer im Kalender
 - Ein Termintyp „reserviert“ (früher: mit Bleistift eingetragen)

Betreff: Ihr Mazda CX 30 steht bereit – bitte kurz Termin wählen

Guten Tag Frau Janisch,

Mein Name ist Aleksandar Stevic und begleite Sie persönlich auf dem Weg zu Ihrem neuen Fahrzeug.

Damit Sie ein echtes Gefühl für den CX-30 bekommen, habe ich zwei passende Probefahrt-Termine für Sie gefunden:

- **Di, 23.Juni / 16:30** → HIER KLICKEN
- **Do, 25.Juni / 10:00** → HIER KLICKEN

Bitte wählen Sie kurz den Termin, der für Sie am besten passt – ich bereite das Fahrzeug dann entsprechend für Sie vor.

Damit wir ohne Verzögerung starten können, bringen Sie bitte Folgendes mit:

- **Ihren gültigen Führerschein**
- Optional: Ihr aktuelles Fahrzeug, falls Sie eine Inzahlungnahme prüfen möchten
- Optional: Relevante Unterlagen (z. B. Serviceheft, Fotos, Kilometerstand), falls Sie eine Bewertung wünschen

Was Sie bei uns erwartet

Ich bereite den Mazda CX 30 für Sie so vor, dass Sie sofort losfahren können:

- Fahrzeug gereinigt, betankt und fahrbereit
- Sitzposition, Spiegel und Bedienung gemeinsam einstellen
- Eine kurze Einführung in die wichtigsten Funktionen
- Eine Probefahrtroute, die typische Alltagssituationen abdeckt (Stadt, Landstraße, Parken, Beschleunigung)

Sie sollen nicht „irgendeine“ Probefahrt erleben, sondern ein **echtes Gefühl dafür bekommen, wie gut das Fahrzeug zu Ihrem Alltag passt.**

Und für Ihr aktuelles Auto finden wir gerne einen neuen Besitzer, der damit auch wieder viel Freude haben wird ...

Ich freue mich auf Sie.

Aleksandar Stevic
0664 / 707-22-28

Kunde akzeptiert → AI/KI fixiert Termin

Automatisch

- Termin im DMS
 - Jetzt im Kalender
- Verkäufer erhält Info
 - Auch ein Eintrag im Kalender
- Kunde erhält Bestätigung
- Fahrzeug wird vorgemerkt
 - Auch ein Eintrag im Kalender
- Checkliste wird erstellt
 - Auch ein Eintrag im Kalender
 - Individuell einstellbar – z.B. einen Tag vorher!

Bestätigung enthält

- Foto des Verkäufers
- Fahrzeugdetails
- Treffpunkt
- Dauer
- Hinweis auf Führerschein

No-Show-Reduktion: AI/KI nutzt mehrere Mechanismen gleichzeitig

- Psychologische Verbindlichkeit
 - „Ich habe das Fahrzeug für Sie vorbereitet – es steht am Mittwoch um 10:00 für Sie bereit.“
- Erinnerung 24h vorher
 - Kurz
 - Persönlich
 - Mit Foto
 - Mit „Ich freue mich auf Sie“
- Erinnerung 2h vorher – SMS / WhatsApp
 - „Falls Sie sich verspäten, sagen Sie mir bitte kurz Bescheid.“
 - Wetter- oder Verkehrshinweis
 - „Bitte beachten Sie: Heute ist starker Regen – planen Sie 5 Minuten mehr ein.“
- Dynamische Reaktion bei Unsicherheit
 - Wenn Kunde nicht bestätigt →
„Soll ich den Termin für Sie halten oder lieber verschieben?“

KPIs, die AI/KI automatisch misst

- Klickrate Newsletter
- Engagement Score
- Conversion zu Probefahrt
- Terminannahmequote
- No-Show-Rate
- Show-Rate pro Verkäufer
- Show-Rate pro Modell
- Show-Rate pro Wochentag
- Optimale Uhrzeiten für Probefahrten

Warum dieser Prozess funktioniert

- Kunden wollen **geführt**, nicht gefragt werden
- Zwei Terminvorschläge erhöhen die Annahmemequote um 40–60 %
- Personalisierte Infos erzeugen Relevanz
- Erinnerungen reduzieren No-Shows um 30–50 %
- Verkäufer werden entlastet
- Der Prozess ist 100 % messbar

Welchen Mehrwert bekomme ich?

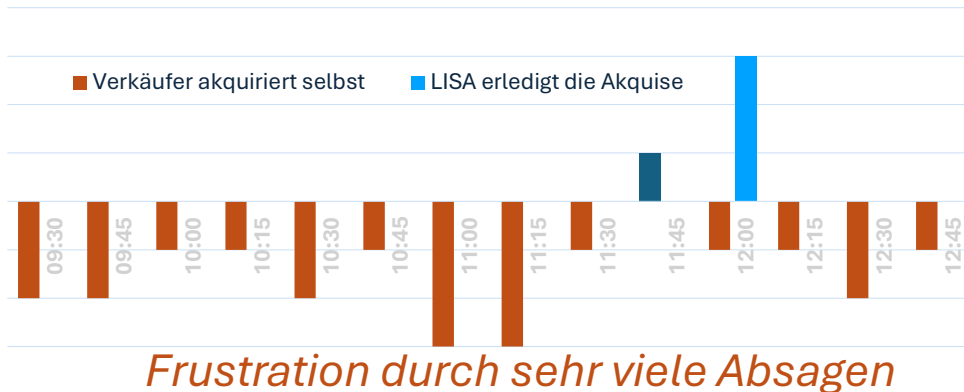
Ohne AI/KI

- Eine Aussendung pro Quartal
- Ca. 5 Stunden Verkäuferzeit für eine konkrete Probefahrt
 - Nachfassen
 - Termine koordinieren
 - Frustration, weil viele Absagen
 - Erinnerung an KollegInnen
- Viel Stress, weil
 - Wagen zum Termin wieder einmal nicht da ist
 - Oder nicht aufgeladen
 - Oder nicht sauber

Mit AI/KI

- Zumindest monatliche Aussendung
 - Kleinere Gruppen
 - Besser steuerbar
- Alles automatisiert
 - „Herzlich willkommen, Frau Janisch!“
– die erste konkrete Aufgabe des Verkäufers!
- Mehr Termine werden eingehalten, weil
 - AI/KI nachfasst und bestätigt

Akquise-Frust oder AI/KI-Erfolge?



Probefahrt Humor

Was der Kunde erwartet



Was Sales verspricht



Was Teamlead versteht



Was Developer liefert

