

## **Trendreport Kundenkommunikation 2024 veröffentlicht: Welche Kommunikationskanäle bevorzugen Autohauskunden**

*Berlin, 9. Januar 2024. Die Vielzahl an Kommunikationskanälen stellt Kfz-Betriebe vor die Herausforderung, den hohen Kundenerwartungen gerecht zu werden. Um den sich stetig ändernden Anforderungen gerecht zu werden, hat die LDB Gruppe die Schlüsselrends in der Kundenkommunikation 2024 identifiziert.*

Die sich stetig wandelnden Kundenbedürfnisse, die zunehmende Integration digitaler Technologien und die Präsenz neuer Wettbewerber stellen Autohäuser und Kfz-Betriebe vor neue Herausforderung, um die Kundenerwartungen zu erfüllen. Die Kundenkommunikation wird zunehmend komplexer und schnelllebig. Neue Tools und Kanäle sind an der Tagesordnung. Unterschiedliche Kundengruppen bevorzugen unterschiedliche Kanäle. Verlagert sich die Kundenkommunikation von klassischen Kanälen endgültig auf neue digitale Kanäle oder hat das Telefon weiterhin seinen festen Platz im Kommunikationsmix? Nicht nur für die Marketingverantwortlichen in Kfz-Betrieben ist es wichtig, zu wissen, welche Kommunikationskanäle Kunden bevorzugen.

### **Digitale Sichtbarkeit als Schlüssel zum Erfolg**

Das Internet ist mittlerweile die wichtigste Informationsquelle für Autohauskunden, wobei mehr als 90 Prozent der Autokäufer und über 85 Prozent der Werkstattkunden das Internet für Recherchezwecke nutzen. Betriebe stehen aktuell vor der Herausforderung, in jeder Phase der Customer Journey online präsent und ansprechbar zu sein. Die nahtlose Interaktion zwischen verschiedenen Kanälen wird für Konsumenten dabei immer entscheidender.

### **Telefon bleibt wichtigster Kommunikationskanal**

Trotz der wachsenden Bedeutung digitaler Kanäle, das Telefon bleibt weiterhin der wichtigste Kommunikationskanal im Autohandel. Autohauskunden schätzen die persönliche Erreichbarkeit über das Telefon und verbinden dies mit Vertrauen, Glaubwürdigkeit und Professionalität. Insgesamt zeigt sich, dass der persönliche Kontakt am Telefon auch in Zukunft eine zentrale Rolle im Automotiv-Sektor spielen wird.

### **Generative KI und proaktives Kundenengagement als Zukunftstrends**

Kfz-Betriebe setzen vermehrt auf KI-Lösungen, um Kundenanfragen effizienter zu bearbeiten und die eigenen Mitarbeiter bei Routineaufgaben zu entlasten. Insbesondere im Automobilsektor, wo telefonischer Kontakt oft bevorzugt wird, verspricht der Einsatz von Conversational-AI eine Revolution im Kundenservice. Virtuelle Telefonassistenten können häufig gestellte Fragen beantworten und bestimmte Anwendungsfälle abdecken, was zu einer bedeutenden Effizienzsteigerung führt.

Ein überzeugender Trend, der an Dynamik gewinnt, ist der Übergang vom reaktiven zum proaktiven Kundenservice. Kunden erwarten, dass Betriebe ihre Bedürfnisse antizipieren und proaktive Lösungen anbieten. Kfz-Betriebe setzen vermehrt auf Selbsthilfe-Tools wie Chatbots, Video-Tutorials und FAQs, um Kunden in der selbstständigen Lösung von Anliegen zu unterstützen.

### **WhatsApp im Kommunikationsmix nicht mehr wegzudenken**

Die Popularität von WhatsApp Business steigt kontinuierlich und die neuesten Zahlen verdeutlichen, dass immer mehr Kunden WhatsApp für die Kommunikation mit Kfz-Betrieben nutzen wollen. »Auch in den kommenden Jahren werden Autohäuser und Kfz-Werkstätten vor neuen Herausforderungen stehen, darunter Digitalisierung, E-Mobilität, Direktvertrieb seitens der Hersteller und der Wandel in den Vertriebsformen. Die Bereitschaft zur Anpassung und Integration neuer Kommunikationsstrategien wird daher entscheidend für den Erfolg der Betriebe sein«, erläutert Doris Gietl, Head of Business Development, Sales & Marketing bei der LDB Gruppe, die gewonnenen Erkenntnisse. »Als Pioniere im Bereich intelligenter digitaler Lösungen für die Automobilbranche ist es uns ein Anliegen, unseren Kunden die neuesten Entwicklungen und Trends zugänglich zu machen«, erklärt Doris Gietl. »Unser Report soll Kfz-Betrieben dabei helfen, neue Trends und Technologien zu erkennen und effektiv in ihren Betrieb zu integrieren, um Kundenzufriedenheit und Geschäftserfolg zu steigern.«

Alle Ergebnisse des Trendreport Kundenkommunikation 2024 stehen ab sofort als E-Paper auf der Webseite des Unternehmens zur Verfügung. Autohäuser und Kfz-Betriebe haben somit die Möglichkeit, wertvolle Informationen über das aktuelle Kundenverhalten und neue Kundenbedürfnisse zu erhalten. Der gesamte Report kann unter <https://lp.ldb.de/trendreport-kundenkommunikation-2024/> kostenlos heruntergeladen werden.

### **Über die LDB Gruppe**

Die LDB Gruppe ist der führende deutsche Technologie-Anbieter für Kundenkommunikation und Kundenbeziehungsmanagement im Autohandel. Die

Unternehmensgruppe steht für praxisgerechte digitale Anwendungen und Services für Autohäuser, Werkstätten und Automobilbetriebe. Das Familienunternehmen mit Hauptsitz in Berlin wurde 1973 gegründet und gilt als Pionier bei der Digitalisierung der Branche.

Als einziger Anbieter im Markt liefert die LDB Gruppe Lösungen für alle klassischen und digitalen Touchpoints und Kanäle. Mit profundem Wissen um die Erwartungen moderner Automobilzielgruppen unterstützt die LDB Gruppe damit die gesamte Kommunikationskette, so dass Kunden zielgruppengenau, systemübergreifend und ohne Medienbruch entlang der gesamten automobilen Customer Journey begleitet werden. Die Technologien der LDB Gruppe wie etwa die cloudbasierte Omnichannel-Lösung CXBox garantieren unter anderem verlässliche telefonische Erreichbarkeit, kanalübergreifendes Arbeiten, aktives Bewertungsmanagement und digitale Kundenverwaltung. Über 1.800 Kunden nutzen bereits die Branchenlösungen der LDB Gruppe.

Neben dem Hauptsitz in Berlin ist das Unternehmen an den Standorten Deggendorf, Pforzheim, Templin und Pforzheim vertreten, wo mehr als 350 Mitarbeiter rund 3,5 Millionen Anrufe pro Jahr für die LDB-Kunden entgegennehmen.

Weitere Informationen finden Sie unter [www.ldb.de](http://www.ldb.de).