
Hyundai berät seine Kunden im Online-Showroom

Von Walther Wuttke

Die Idee entstand vor gut zwei Jahren, als Corona noch allein für ein mexikanisches Bier stand. Wie, so fragten sich die Verantwortlichen von Hyundai damals, „können wir Kunden, die sich für eines unserer Modelle interessieren, informieren, wenn der Handel bereits geschlossen ist?“. Das Ergebnis ist ein Online-Showroom im Industriegebiet von Elsenfeld, einer Marktgemeinde im nördlichen Bayern, den man im Netz wesentlich leichter findet als im echten Leben.

In dem eher unscheinbaren Gebäude können sich Interessenten online über die gesamte Modellpalette vom kleinen i10 bis zum großen Santa Fe informieren. Als erster Hersteller bietet Hyundai seinen Kunden die Möglichkeit, das Objekt der Begierde von seinem Sofa aus in allen Details zu besichtigen. An vier Plätzen sitzen speziell ausgebildete Mitarbeiter, die alle Details des jeweiligen Modells kennen.

„Der Online-Showroom ist kein Callcenter. Unsere Leute sind sehr gut ausgebildet, haben alle Produktschulungen durchlaufen und können jedes Detail erklären“, beschreibt Hyundai-Vertriebschef Holger Müller den Showroom. „Im Februar sind wir parallel zur Markteinführung des neuen i10 an den Start gegangen, dann kam Corona, und wir besaßen das perfekte Medium“, blickt Müller zurück. Bisher haben rund 100.000 Interessenten die Seite angeklickt.

Der digitale Showroom versteht sich nicht als Konkurrenz zum Handel, sondern vielmehr als Unterstützung der Händler. „Wir verkaufen hier keine Autos, sondern vermitteln den Kunden nach der Beratung, wenn er oder sie es wünschen an einen Händler in seiner Nähe. Wegen dieser Ausrichtung sehen unsere Partner diese Aktivität auch sehr positiv.“

Um eine Beratung zu erhalten, melden sich die Kunden über das Netz an und erhalten dann einen Termin. Aktuell stehen vor allem der überarbeitete Kona Elektro und der Kona Hybrid an der Spitze der Nachfrage. Neben den Informationen über Reichweite, Ladeinfrastruktur und die Konnektivitätslösungen kann der Berater das Modell auch live in Szene setzen, und vom Blick unter die Motorhaube über die Innenansicht bis zum Kofferraum alle Details erklären. „Mit diesem vollständigen Angebot waren wir die Ersten und sind bisher die Einzigen, die einen derart vollständigen Service anbieten, der weit über die Konfigurationsmöglichkeiten im Netz hinaus geht“, erklärt Hyundai-Pressechef Bernhard Voss.

Im Durchschnitt dauert eine Beratung in Elsenfeld 17 Minuten, und die Anrufer fragen aktuell vor allem nach Reichweite, Ladeinfrastruktur und wie die Hyundai-App Blue Link funktioniert, mit der sich im Kona zum Beispiel die Klimatisierung, Navigation und der Ladezustand abrufen lässt. In Elsenfeld können zwischen zehn und 22 Uhr an sieben Tagen der Woche die Beratungen stattfinden. Zurzeit stehen zeitgleich vier Berater bereit. Daneben können auch größere Gruppen informiert werden. Allerdings sind dabei keine individuellen Fragen möglich.

Neben den Fragen nach den technischen Daten werden die Interessenten auch über die verschiedenen Lademöglichkeiten informiert. „Neben einer Ladekarte von EnBW, die wir den Kunden mitgeben, und mit der rund 90 Prozent der Ladepunkte in Deutschland abgedeckt wird, arbeiten wir mit Unternehmen zusammen, die vor Ort beim Käufer analysieren, welche Wallbox installiert werden kann. Wir wollen ein möglichst vollumfängliches Paket anbieten, um dem Kunden jegliche Angst zu nehmen“, erklärt Müller.

Den Online-Showroom sieht Müller als Ergänzung zum stationären Handel. „Das Auto ist nach Wohnung und Haus immer noch die kostspieligste Anschaffung, und da wollen die Interessenten das Auto erfahren und anfassen. Deshalb beteiligen wir bei allen unseren Online-Aktivitäten den Handel von Beginn an.“

Einen Schritt weiter geht Hyundai allerdings beim Online-Leasing. Aktuell können Leasing-Verträge im Internet für die Modelle i20, Kona und Tucson in der Ausstattungslinie Advantage abgeschlossen werden. „Wir nutzen dafür das Video-Ident-Verfahren, aber auch hier ist der Handel eingebunden. Der Kunde übernimmt den Wagen bei seinem Händler, der dann die entsprechende Provision erhält,“ so Müller.

Der Hyundai Online Showroom ist über www.Hyundai.de erreichbar. (ampnet/ww)

Bilder zum Artikel



Online-Showroom von Hyundai.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Hyundai



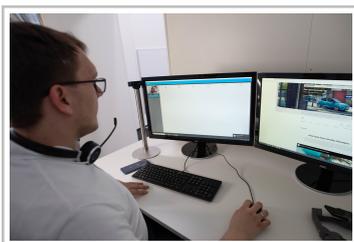
Online-Showroom von Hyundai.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Hyundai



Online-Showroom von Hyundai.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Hyundai



Online-Showroom von Hyundai.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Hyundai
