

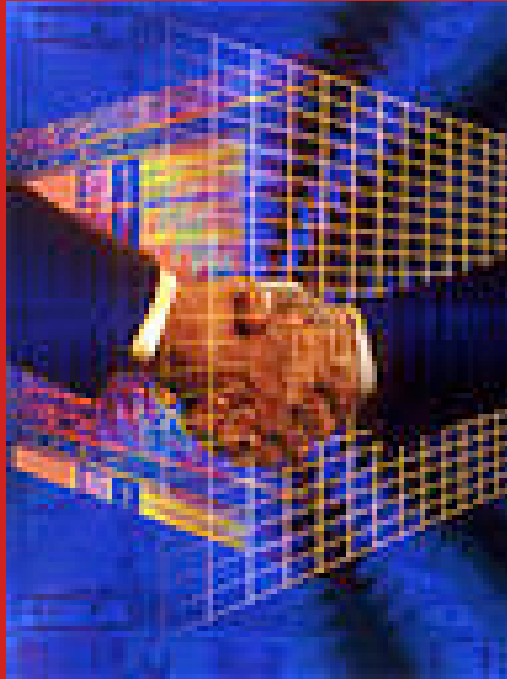
Generalversammlung e`mobile

Verkauf von ECO-Cars:
die neuen Anforderungen an den
Automobilverkäufer

Marco Frozza

Präsident Toyota-Händlerverband Schweiz

23. September 2004

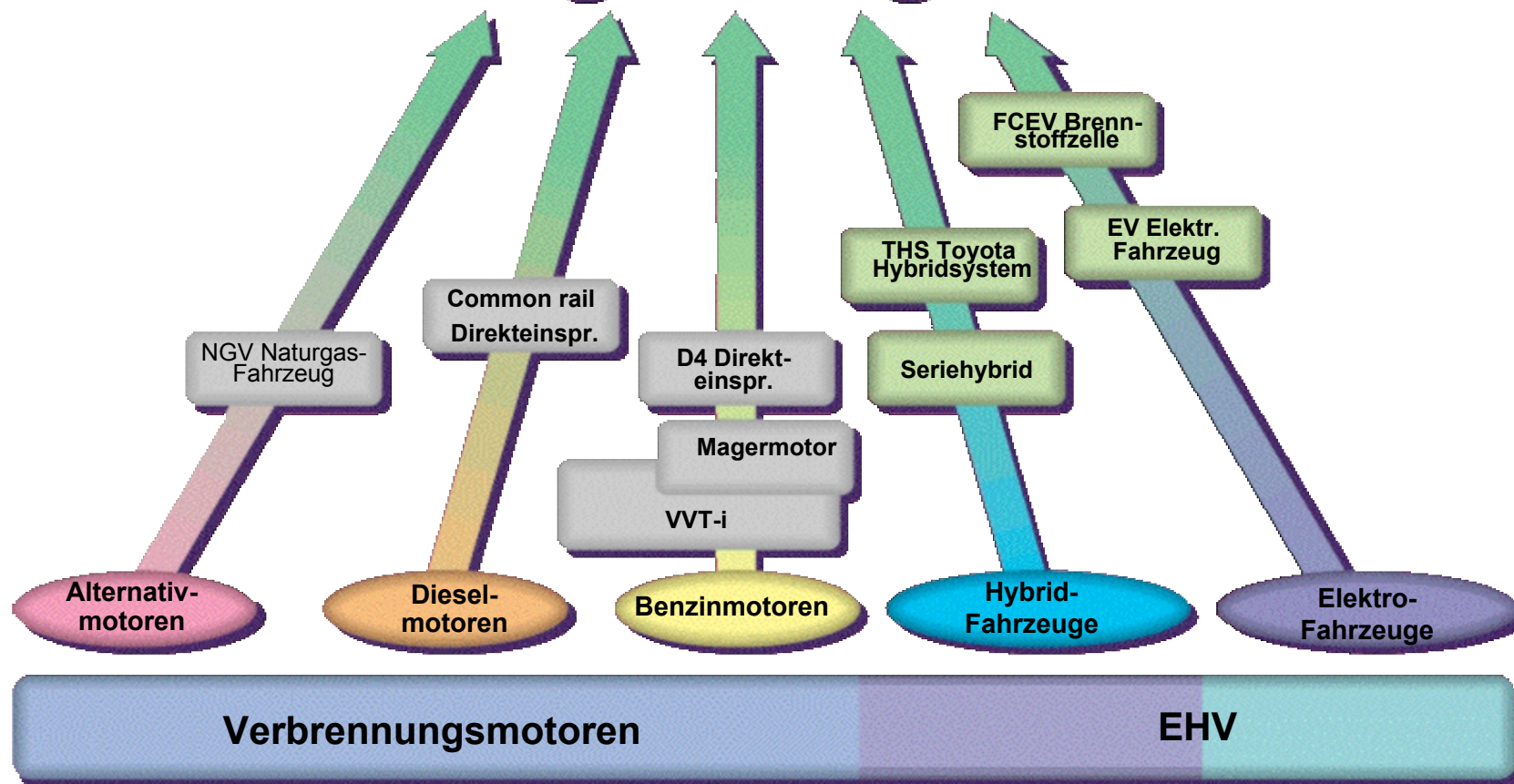


Herzlich
Willkommen!

Inhalt

1. Einige ECO-Car Antriebssysteme
2. Prius 1. Generation – Vergangenheit; neue Anforderungen
3. Funktionsweise Toyota Hybrid System (THS); Systemkenntnisse
4. Prius 2. Generation – Gegenwart; Herausforderung für den Verkauf
5. Funktionsweise Hybrid Synergy Drive (HSD); Systemkenntnisse
6. Lexus RX400h – Zukunft; besondere Anforderungen

Einige ECO- Antriebssysteme



Prius 1. Generation - Vergangenheit



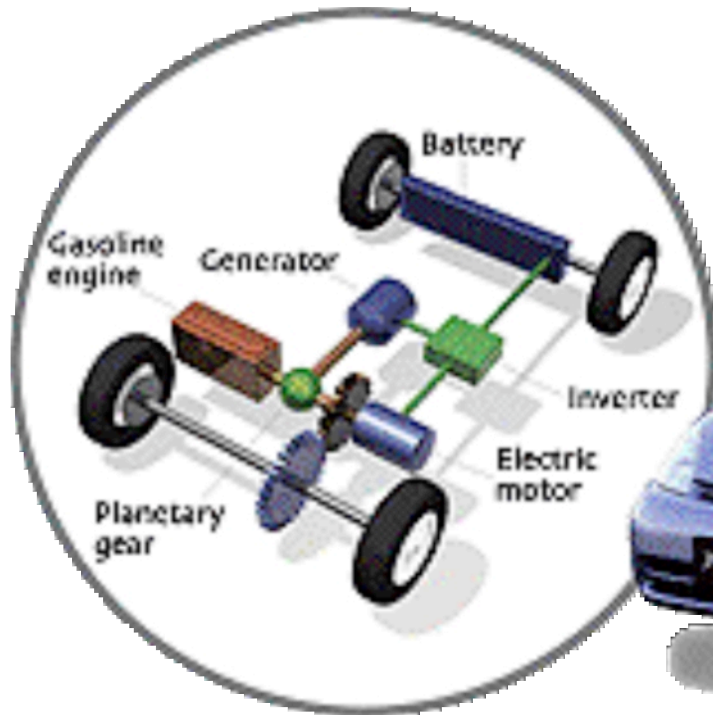
Neue Anforderungen an den Verkäufer:

- Sehr gute Allgemeinbildung
- Erhöhte Sensibilität zu „Umwelt und Technik“
- Auswirkungen der Hybrid-Technologie auf die Umweltbelastung
- Zusammenhänge der neuen Antriebssysteme erkennen
- Den **Kundennutzen** ableiten und entsprechend „verkaufen“

Potentieller Interessentenkreis:

- Bekenner zu innovativen technischen Errungenschaften
- Akademiker
- Umweltbewusste Käuferschicht
- Firmen mit Öko-Label

Funktionsweise THS-Toyota Hybrid System



Prius 2. Generation – Gegenwart

Neu: Mit Hybrid Synergy Drive (HSD)



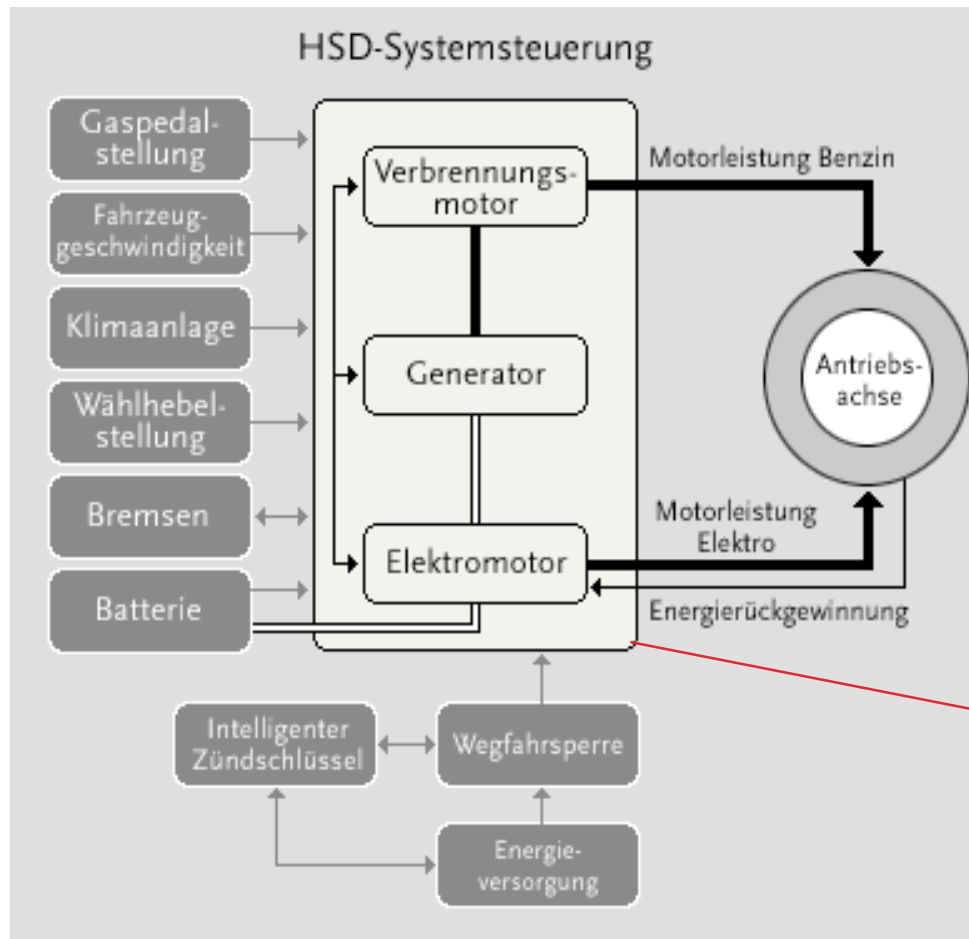
Herausforderung für den Verkäufer:

- Kenne ich den Unterschied zwischen THS und HSD?
- Was bedeutet die Aussage „niedrigste Co2-Emissionen: 104g/km bei einem Verbrauch von durchschnittlich 4,3l/100km?“
- Welchen Kundennutzen kann ich davon ableiten?
- Wie fördere ich die Übermittlung der Emotionen?
- In welchem Käufersegment suche ich meine neuen Kunden?

Erweiterter Interessentenkreis:

- Frauen
- Der „normale“ Konsument
- Familien mit Kinder
- Firmen als Aussendienstfahrzeug
- u.a.m

Hybrid Synergy Drive (HSD)



Funktionshinweise:

- gezielte Überwachung und Steuerung des Energieverbrauchs
- Jederzeit sicherer Fahrbetrieb durch Kombination der verschiedenen Systeme
- Regenerative Bremssteuerung mit hohem Wirkungsgrad

Produktekenntnisse Verkäufer

Lexus RX400h – Zukunft

Neu: Zweite Generation Hybrid Synergy Drive (HSD)



Erstes Hybridfahrzeug im Premiumsegment, voraussichtliche Käuferschicht:

- Persönlichkeiten mit ökonomischem und ökologischem Bewusstsein
- Besitzer von Produkten der Mitbewerber ohne Hybridantrieb
- Direktionsfahrzeug als Stärkung Firmenimage
- u.a.m

Besondere Anforderungen an den Verkäufer:

- Eigene Umgangsformen den zukünftigen Kunden „anpassen.“
- Produktkenntnisse im Bereich Komfort wichtig
- Warum geringer Energieverbrauch trotz Allrad-Antrieb?
- Steigerung des Marktanteils; wie akquiriere ich Neukunden?
- Feststellung von neuen Kundenbedürfnissen
- Kundennutzen im emotionalen Bereich verstärken

Danke

Nach der Veranstaltung sind Sie zu einer Probefahrt herzlich eingeladen

