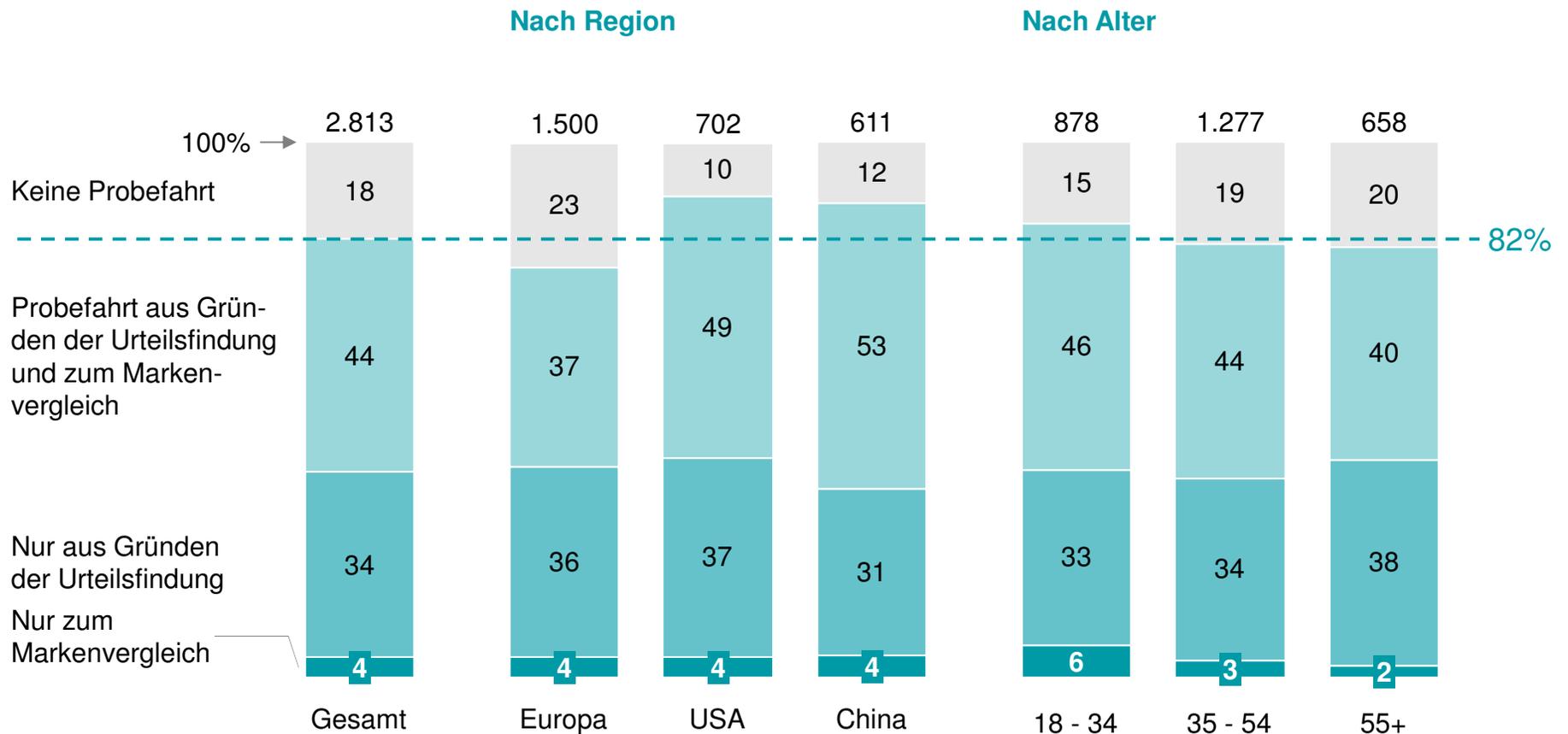


Kauf nach Probefahrt: Händler bleiben für alle Kundengruppen wichtige Informationsquelle

Bedeutung von Probefahrten für Käufer
in Prozent

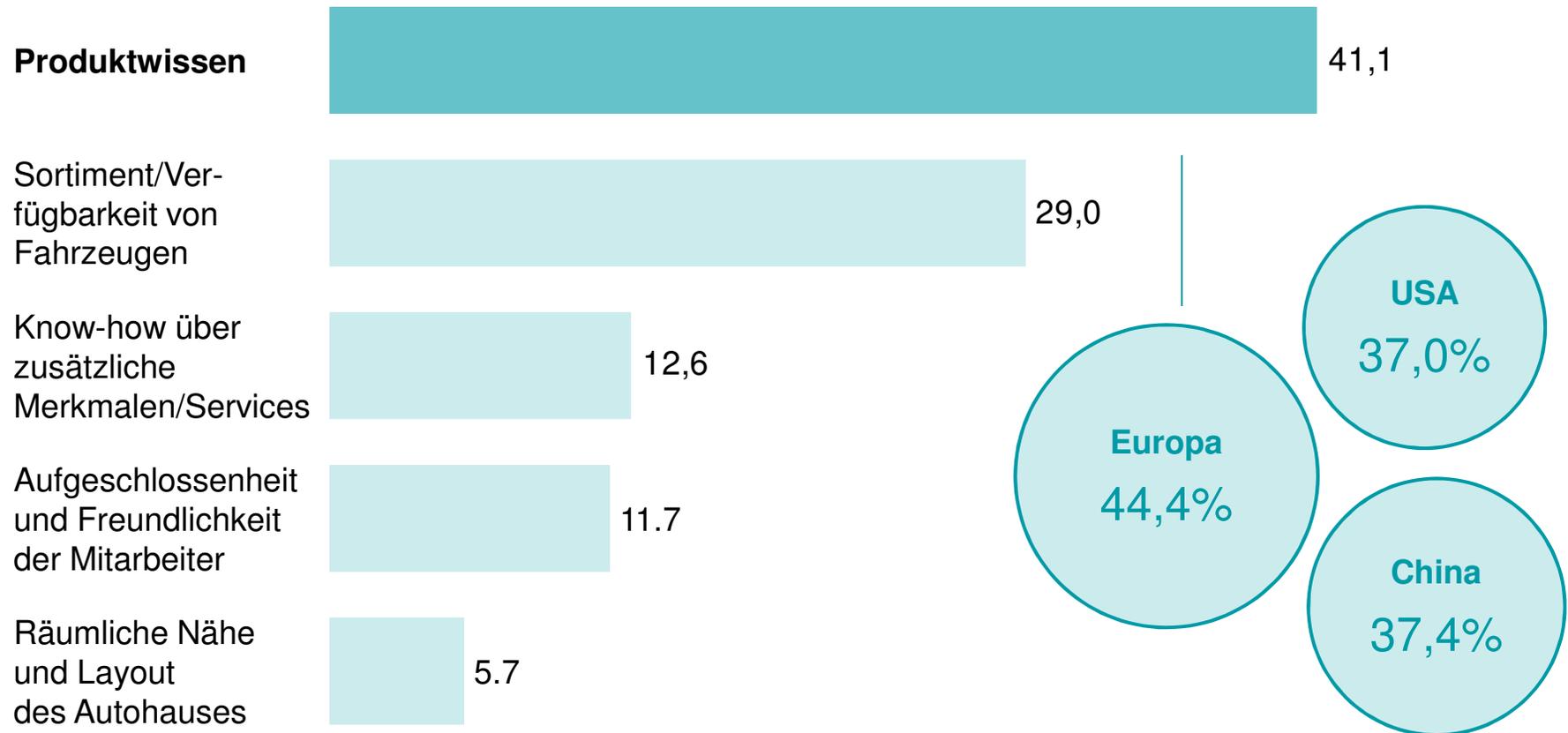


QUELLE: McKinsey, Retail Innovation Consumer Survey

Der Händler muss mehr wissen als an Information online verfügbar ist

Was für Kunden beim Händlerbesuch von Bedeutung ist

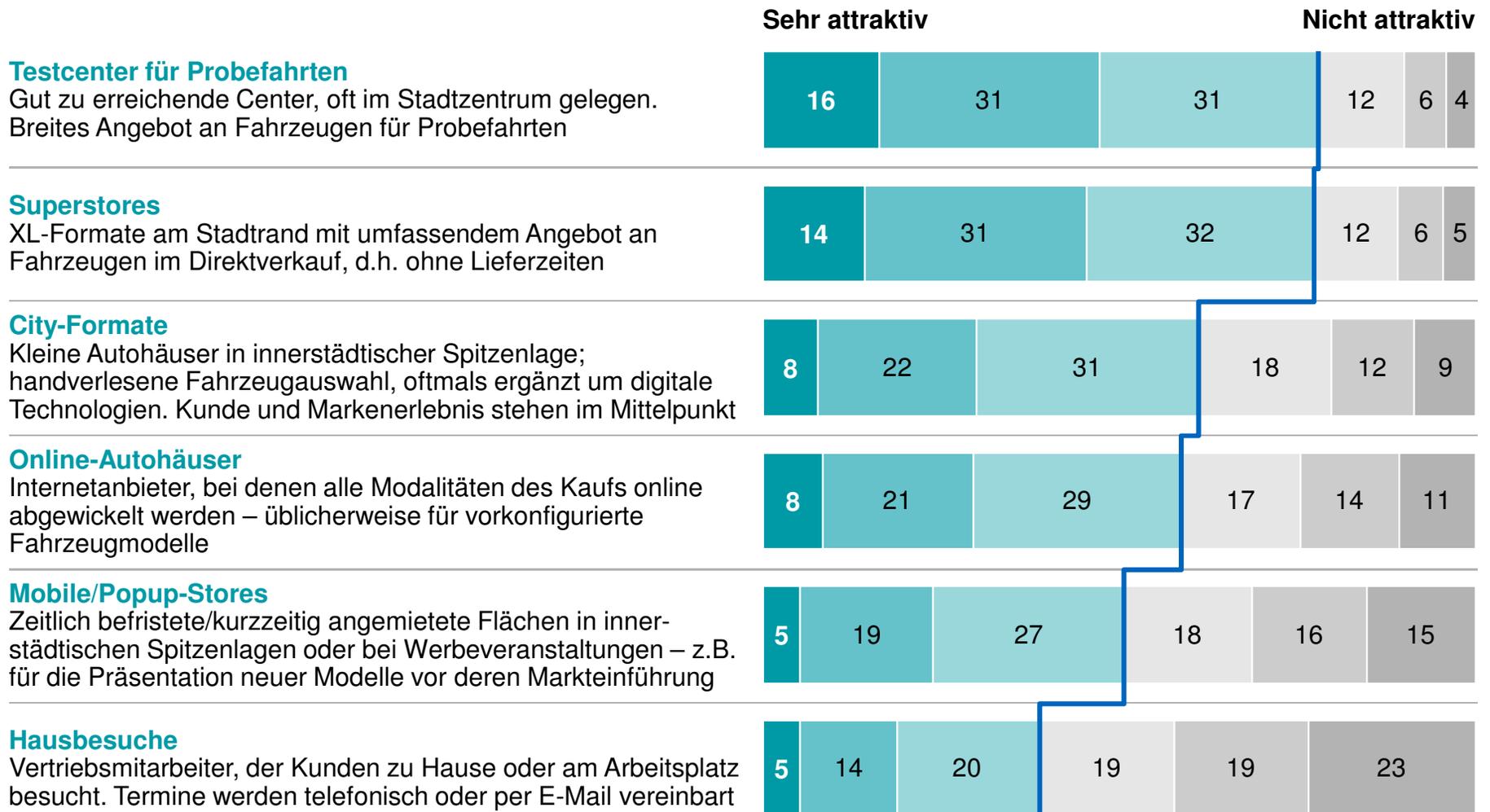
in Prozent der Befragten, die dem jeweiligen Merkmal die größte Bedeutung beimessen



Kunden mögen neue Formate im Autohandel

Attraktivität von neuen Formaten für Kunden

in Prozent der Befragten, die das Format auf einer 6-Punkte-Skala bewertet haben



QUELLE: McKinsey, Retail Innovation Consumer Survey