Die neue Markenarchitektur von Mercedes-Benz in Ravensburg

Umfangreiche Baumaßnahmen bei Autohaus Riess in Ravensburg

RIESS
FASZINATION AUTO
riess-gruppe.de

Die neue Markenarchitektur von Mercedes-Benz in Ravensburg

Umfangreiche Baumaßnahmen bei Autohaus Riess in Ravensburg

Drei Jahre nach erfolgreicher Integration der Niederlassung Ravensburg in die Riess-Gruppe starten die Baumaßnahmen im November 2019. Die Fertigstellung ist für Mitte 2021 geplant.

Das Ziel der Investition ist es, die Niederlassung Ravensburg auf die Erfordernisse der Zukunft auszurichten, denn...

der digitale Wandel nimmt Einfluss auf das Verhalten unserer Kunden und stellt das Autohaus von heute vor neue Herausforderungen.
Früher besuchten Interessenten ein Autohaus bis zu fünf Mal, bevor sie sich für ein Fahrzeug entschieden. Heute kommen sie nur noch einmal, informieren sich aber zuvor im Internet über Technik und Ausstattung. Früher reichte es, wenn ein Autoverkäufer anwesend war und eine Tasse Kaffee anbot, heute sollte er per Telefon und Email, besser noch per Facebook und anderen Kanälen für Kundenfragen verfügbar sein. Das aber stellt Anforderungen an die Kommunikations- und IT-Systeme sowie an die Prozesse im Autohaus.
Schon beim Betreten des Showrooms ist die neue Markenarchitektur erlebbar. Künftig gestaltet sich das Entrée als persönliche Willkommensgeste. Die Begrüßung und das erste informelle Kundengespräch erfolgen an locker gruppierten Stehtischen. Unabhängig von internen Bereichen erlebt der Kunde eine umfassende Betreuung.
Die Beratung im Verkauf und Service wurde neu konzipiert und kann so noch stärker individuell auf den Kunden zugeschnitten werden. Künftig werden die digitalen Medien und ihre Möglichkeiten gestalterisch und im persönlichen Gespräch unterstützend eingesetzt. Sie schaffen vor allem in Beratungs- und Kaufsituationen ein bislang nicht gekanntes Marken- und Produkterlebnis für die Kunden.
Die Prozesse lösen sich räumlich von den bisherigen Informations- und Beratungssituationen: Kunden werden mobil und situativ beraten. Eine starre Möblierung mit Schreibtischen ist passé. Die Mitarbeiter im Showroom nutzen flexibel und je nach Bedarf Medienflächen oder mobile Endgeräte und beraten den Kunden in unterschiedlichen räumlichen Situationen, je nach Art und Bedarf des persönlichen Gesprächs. In den eigens eingerichteten Loungebereichen können so Gespräche zu Beratung, Verkauf und Service in entspannter Atmosphäre stattfinden.
Die Zufahrten zum Gelände werden neu organisiert. Während die Pkw- und Van-Kunden über die Jahnstraße auf das Gelände einfahren, werden die Kunden mit schweren Lkw über eine neu zu errichtende Einfahrt in der Göthestraße geleitet. „Diese Neuordnung der Verkehrsströme wird unseren Kunden eine deutliche bessere Orientierung und Führung auf dem Gelände bieten.“, so Dr. Steffen Riess, Geschäftsführung Autohaus Riess.

Autohaus Riess Ravensburg
Sicht von der Jahnstraße nach Fertigstellung

Neue Markenarchitektur Mercedes-Benz
Empfangsbereich in der Verkaufshalle

Neue Markenarchitektur Mercedes-Benz
Area für Beratung und Verkauf mit modernen digitalen Elementen

Neue Markenarchitektur Mercedes-Benz
Servicelobby: die neue Fahrzeugannahme