



## LADEANGEBOTE AUS KUNDENSICHT

# eMOBILITY RETAIL-STUDIE

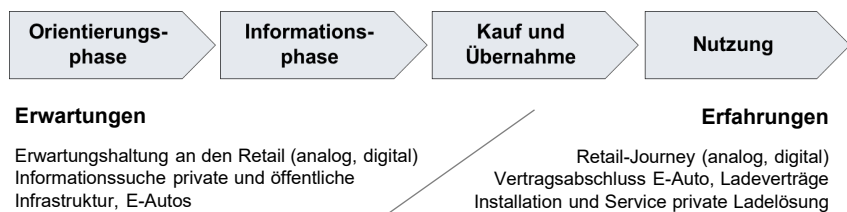
Kundenfeedback zur Überarbeitung von Strategien, Prozessen, Produkten

### AUSGANGS- LAGE

Energieversorger müssen im wachsenden Markt von Ladestrom und Energiedienstleistungen überproportional wachsen. Wie müssen Angebote gestaltet sein, damit neue Ladekunden gewonnen und gehalten werden?

### RETAIL AUS KUNDENSICHT

Für die Überarbeitung der Retail-Prozesse hat UScale in Zusammenarbeit mit dem Bundesverband eMobilität e.V. (BEM) über 1100 Elektro-Auto-Käufer und Besitzer in allen Phasen des Kaufprozesses nach ihren Erwartungen und Erfahrungen befragt.



### ENTTÄUSCHTE ERWARTUNGEN

E-Auto-Käufer vertrauen in die Kompetenz der Energieversorger und haben hohe Erwartungen. Entsprechend groß ist die Enttäuschung, wenn sie nicht erfüllt werden.

Ladelösung  
zuhause:

*Erwartungen an die Beratungs-  
kompetenz (Ranking):*

1. ...
2. **Energieversorger**
3. ...
4. ...
5. ...
6. ...
7. *Autohändler*
8. ...
9. ...

*Erfahrungen mit der  
Beratung (Ranking):*

1. ...
2. ...
3. ...
4. ...
5. ...
6. *Autohändler*
7. ...
8. **Energieversorger**
9. ...



Öffentliches  
Laden:

*Erwartungen an die Beratungs-  
kompetenz (Ranking):*

1. ...
2. **Energieversorger**
3. ...
4. ...
5. ...
6. *Autohändler*
7. ...

*Erfahrungen mit der  
Beratung (Ranking):*

1. ...
2. ...
3. ...
4. ...
5. ...
6. **Energieversorger**
7. *Autohändler*





## EMPFEHLUNGEN

Um Ladestrom erfolgreich zu vermarkten, müssen die Spezifika der eMobilität aus Kundensicht verstanden und beherrscht werden. Dies ist aus Sicht der Kunden heute nicht der Fall.

Alle Anbieter müssen ihr Grundverständnis zur eigenen Leistung überdenken. In der eMobilität suchen Kunden ganzheitliche Lösungen.

Die Studie liefert Antworten auf die Frage, wie Produkte, Prozesse und Marketingstrategien angepasst werden müssen, um erfolgreich zu sein:

- Welche Informationsbedarfe der Kunden müssen die online-Angebote bedienen? Tarifübersichten reichen nicht.
- Wie konkret müssen Energieversorger ihre Kompetenzen, Prozesse und Angebote an die Erwartungen der Ladekunden anpassen, um erfolgreich zu sein?
- Welche verschiedenen Kundensegmente müssen berücksichtigt werden? Worin unterscheiden sich die Segmente?

## UNSER ANSATZ

Das gewachsene Ökosystem der eMobilität schafft neue Chancen für alle Marktteilnehmer. UScale befragt Kunden systematisch zu allen Touchpoints der neuen Customer Journey. Die Basis-Studie gibt einen Überblick, unserer Fokusstudien gehen zu jedem Touchpoint in die Tiefe.

