



Allegro über die Unterschiede zwischen E-Commerce im Kfz-Ersatzteilmarkt und anderen Branchen & was einen erfolgreichen Online-Shop für Ersatzteile ausmacht



Im Interview, Teil 2:
Przemysław Kasprzak, Business Unit Manager (Car Parts) bei Allegro

Allegro.pl ist die beliebteste Einkaufsplattform Polens und eine der größten E-Commerce-Websites in Europa. Das polnische Unternehmen betreibt einen online Marktplatz. Hier können Kunden bei über 117.000 Händlern einkaufen, was das Herz begehrt. Händler können wiederum auf der online Plattform eine unbegrenzte Anzahl von Angeboten auflisten. Allegro bietet Produkte aus allen wichtigen Kategorien an, darunter: Automobil, Mode, Haus & Garten, Elektronik, Bücher und Sammlerstücke,

Kinderartikel oder Gesundheit & Schönheit. Jeden Monat besuchen 20 Millionen Kunden allegro.pl, was 80% aller Internetnutzer in Polen entspricht.

Das Unternehmen hat einen weiten Weg hinter sich gebracht und startete als online Auktionshaus für Privatpersonen, die eine moderne Alternative zu ihrem lokalen Flohmarkt suchten. Heute ist Allegro ein lebendiger online Marktplatz für professionelle Verkäufer und ein unverzichtbarer Vertriebskanal für internationale Top-Marken und Einzelhändler. Die Mission ist es, den Kunden das beste Einkaufserlebnis und den Händlern großartige Geschäftsmöglichkeiten zu bieten. Mit

dem Fokus auf die Bedürfnisse dieser beiden Parteien ist Allegro stets darauf bedacht, innovative Lösungen zu schaffen, bei denen Geschäft und Technologie zusammenkommen. Aus diesem Grund hat das Unternehmen gerade eine neue Funktion für Kunden eingeführt, die daran interessiert sind, Ersatzteile auf der Plattform zu kaufen. Allegro und TecAlliance haben ihre Kräfte gebündelt, und dank der TecDoc Daten können Allegro's Kunden jetzt problemlos KFZ-Teile finden, die zu einem bestimmten Fahrzeugmodell passen.

Wir trafen Przemysław Kasprzak, um übers Business und unsere fruchtbare Zusammenarbeit zu sprechen.



Welche Entwicklungen sind im Automotive Aftermarket aus Ihrer Sicht zu erwarten?

Przemysław Kasprzak: Veränderungen sind längst überfällig und schreiten weiter voran. Neu ist jedoch das Tempo dieser Veränderungen. Wir beobachten derzeit eine sehr hohe Dynamik beim Online-Shopping. Die Generation wechselt, neue Trends entstehen, und das Bewusstsein der Käufer steigt. Die Käufer erwarten Bequemlichkeit, Zeit- und Geldersparnis und einfaches Einkaufen. Solange Autos kaputt gehen, wird es eine Nachfrage nach Reparaturen und Ersatzteilen geben. Mit der Zeit wird die Bedeutung von umfassenden Lösungen zunehmen und Möglichkeit, nicht nur Teile online zu kaufen, sondern auch Reparaturaufträge zu erteilen, wird wichtiger. Kunden werden umfassende Lösungen erwarten, wenn ein Problem mit einem Auto auftritt, das nicht funktioniert.

DIE KUNDEN ERWARTEN BEQUEMLICHKEIT, ZEIT- UND GELDERSPARNIS UND EINFACHES EINKAUFEN

Was bedeutet das für Allegro?

Przemysław Kasprzak: Wir wollen so viele Probleme wie möglich für unsere Kunden lösen und auf alle ihre Bedürfnisse eingehen. Die aktuellen Trends und das Käuferverhalten bedeuten daher, dass bei Allegro noch viel Arbeit vor uns liegt und viele interessante Projekte zu realisieren sind. Wir wollen das beste Käufererlebnis bieten und alle Fahrzeugprobleme unserer Nutzer lösen.

Wie unterstützt Sie TecAlliance dabei, dieses Ziel zu erreichen?

Przemysław Kasprzak: Die Stärke unserer Zusammenarbeit mit TecAlliance liegt in der Quantität und Qualität der Daten: Daten zu Herstellern, neuen Fahrzeugen, detaillierte Daten zu Produkten. Dank der hohen Qualität der Daten sind wir in der Lage, unseren Kunden auf der Allegro-Webseite Angebote zu machen, die dank ausführlicher Informationen sehr detailliert geschrieben werden können. Wir gehen auf die Bedürfnisse unserer Kunden ein und helfen ihnen mit diesen Informationen, die richtige Kaufentscheidung zu treffen. In einer perfekten Welt hätte man Daten über

alle Bauteile, die ein bestimmtes Fahrzeug ausmachen, zur Verfügung, unabhängig davon, von welchem Hersteller das Teil stammt, ob es sich um das Original oder ein Ersatzteil handelt.

DURCH DAS FEHLEN VON EMOTIONALEN KÄUFEN UNTERSCHIEDET SICH DER HANDLUNGSABLAUF STARK VON ANDEREN BRANCHEN.

Wie unterscheidet sich der Online-Handel im Automotive Aftermarket von anderen Branchen?

Przemysław Kasprzak: Fahrzeugteile werden gekauft, weil Autos verschleiben und kaputt gehen. Eine Aussage, die die Einfachheit der Branche auf den Punkt bringt. Sonst wäre es nicht notwendig, Autoteile zu kaufen. Es ist also ein nüchterner und kausaler Zusammenhang. Der Kauf ist also überhaupt nicht emotional getrieben.

Durch das Fehlen des emotionalen Kaufs unterscheidet sich der Handlungsablauf stark von anderen Branchen.

Was sind die besonderen Herausforderungen für den Online-Handel im Automotive Aftermarket?

Przemysław Kasprzak: Zeitdruck ist die größte Herausforderung im Automobilmarkt. Liefer- und Reparaturzeit sind derzeit die größten Herausforderungen für den Online-Markt. Natürlich sind Faktoren wie Auswahl der einzelnen Bauteile, Qualität und Preis wichtig. Entscheidend ist die Zeitspanne zwischen dem Auftreten des Problems und seiner Lösung. Dabei geht es nicht nur um die Lieferzeit, sondern auch um die Diagnose, den Einkauf der Komponenten, die Reparaturzeit und die Kommunikation während des gesamten Prozesses.

DER SCHLÜSSEL IST, OFFEN FÜR DIE UNTERSCHIEDLICHEN BEDÜRFNISSE DER KUNDEN ZU SEIN, OHNE EINEN STARREN GESCHÄFTSRAHMEN

Was sind die Erfolgsfaktoren eines gut funktionierenden Online-Shops im Automotive Aftermarket?

Przemysław Kasprzak: Der einzige bestimmende Faktor sind die Käufer. Es ist ein wichtiger Aspekt des Geschäfts, so zu denken. Man muss ihnen ständig zuhören, ihre Bedürfnisse

prüfen, das Umfeld beobachten und die eigenen Geschäftsmodelle und Ideen darauf abstimmen. Es gibt keinen bestimmenden Faktor für das, was richtig ist. Lernen, sich an Veränderungen anzupassen, ist der Schlüssel. Wie in jedem Geschäft sind eine breite Produktpalette und gute Preise die Basis. Weitere wichtige Eigenschaften sind Zuverlässigkeit und Funktionalität. Wenn man eine benutzerfreundliche Oberfläche und Finanzinstrumente hinzufügt, kann man eine gute Position einnehmen, die durch Marketingaktivitäten unterstützt werden muss. Der Schlüssel ist, offen für die unterschiedlichen Bedürfnisse der Kunden zu sein, ohne einen starren Geschäftsrahmen.

Was bedeutet das für Allegro in Bezug auf den Verkauf von Ersatzteilen?

Przemysław Kasprzak: Für Allegro und die Automotive-Division bedeutet dies die kontinuierliche Arbeit an der Verbesserung aktueller Lösungen und der Einführung neuer Lösungen. Sich ändernde Marktstandards und äußere Einflüsse erzwingen diesen Geschäftsstil bis zu einem gewissen Grad. Es ist ein Fehler, anzunehmen, dass etwas konstant ist. Heute könnte es eine Innovation sein, morgen könnte es ein veralteter Standard werden.

DAS EINKAUFSERLEBNIS, DAS MECHANIKER OFT BEI IHREN PRIVATEN EINKÄUFEN VON ELEKTRONIK, SPIELZEUG, LEBENSMITTELN ODER KLEIDUNG ERLEBEN, BEWIRKT EINE VERHALTENSÄNDERUNG

Wie wichtig ist die User Experience für Allegro?

Przemysław Kasprzak: Die User Experience spielt eine wichtige Rolle bei der Entwicklung unserer Strategie. Letztlich bewerten Käufer die Plattform, treffen Kaufentscheidungen und kehren hoffentlich in Zukunft auf die Plattform zurück. Es sind auch die Käufer, die zur erfolgreichen Verbreitung unserer Plattform beitragen. Ganz einfach, indem sie sie weiterempfehlen oder über ihre guten Erfahrungen mit ihr sprechen. Ein zufriedener Käufer kann mehr bewirken als viele millionenschwere Werbekampagnen.

Im Fall der Automobilindustrie sind die Ansprüche von Mechanikern und



Werkstätten spürbar gestiegen. Das Einkaufserlebnis, das sie oft bei ihren privaten Einkäufen von Elektronik, Spielzeug, Lebensmitteln oder Kleidung erleben, bewirkt eine Verhaltensänderung. Wenn ich eine Lampe für mein Zuhause auf einfache und angenehme Weise kaufen kann, warum nicht auch beim Kauf von Autoteilen, Öl usw.?

POLEN ZEICHNET SICH DURCH EINEN ÄLTEREN FAHRZEUGBESTAND AUS ALS WESTLICHE LÄNDER

Wie unterscheidet sich der polnische Markt von anderen europäischen Ländern?

Przemysław Kasprzak: Der Unterschied der ausländischen Märkte untereinander resultiert aus dem Umfeld, in dem ein bestimmter Markt arbeitet. Die Auswirkungen werden durch viele Faktoren beeinflusst: das Alter der Fahrzeuge, die Größe und der Entwicklungsstand des Offline-Marktes, das Werkstattnetz, das Verbraucherbewusstsein, das technische Wissen, der Wohlstand der Gesellschaft oder die Empfänglichkeit für aktuelle Trends. Im Vergleich zu anderen europäischen Ländern zeichnet

sich Polen durch einen älteren Fahrzeugbestand aus als westliche Länder wie Deutschland, Frankreich oder das Vereinigte Königreich, aber weniger als der europäische Durchschnitt. Zunächst einmal erfordern ältere Autos häufigere Reparaturen. Besitzer älterer Fahrzeuge sind häufiger auf der Suche nach Ersparnissen, damit die Reparatur des Fahrzeugs seinen Wert nicht übersteigt. Die Suche nach Einsparungen, das Bewusstsein und der allgemeine Zugang zu Informationen führen dazu, dass sich der Online-Kauf selbst von spezialisierten Autoteilen oft doppelt so schnell entwickelt wie die bestehenden Kanäle.

Vielen Dank für dieses aufschlussreiche Interview!

Lesen Sie im ersten Teil: Wie Allegro mit Hilfe von TecDoc-Daten das beste Einkaufserlebnis für Ersatzteile bietet.

DATEN FÜR DEN DIGITAL AFTERMARKET

Die Verfügbarkeit und der Zugang zu Fahrzeug- sowie Produktinformationen sind der Schlüssel zum Erfolg.

Können Fahrzeug und passendes Ersatzteil treffsicher identifiziert werden, ist der wichtigste Schritt schon getan. Mit unserer umfangreichen Datenbasis, bestehend aus Fahrzeugstammdaten, OE Data und einer Fahrzeugbestands-Datenbank (Vehicles in Operation) unterstützen wir Sie umfassend. Sowohl bei dem Management und der Analyse Ihrer Daten als auch im Ergebnis mit praktischen und durchdachten Lösungen, die Ihre Prozesse einfacher und effizienter machen. Unsere Produkte erleichtern dabei zum einen die Verwaltung Ihrer eigenen Daten und helfen zum anderen beim Aufbau individueller e-Commerce-Anwendungen und Kataloglösungen.

Sie haben die Wahl: Unsere Experten informieren Sie gern zu unserer umfassenden Datenbasis und wie Sie Ihre individuellen Datenpakete und -services bedarfsgerecht zusammenstellen können.

Warum TecAlliance?

Mit Daten, integrierten Lösungen und umfassenden Beratungsleistungen unterstützt TecAlliance Unternehmen dabei, ihre innovativen Geschäftsideen im Digital Aftermarket umzusetzen.

TecAlliance GmbH
Steinheilstraße 10
85737 Ismaning
Deutschland

Kontakt:
+49 2203 2020 2000
sales@tecalliance.net
www.TecAlliance.net

 **TecAlliance**