

Das alle Marken-Konzept mit der EGA Einkaufsgenossenschaft Automobile E.G.



Freie Entscheidungen im eigenen Autohaus mit Hilfe eines Händlerverbundes, der den Mehrmarkenvertrieb stärkt und unterstützt. Alle Produkte aus einer Hand, entwickelt aus der Praxis für die Praxis.

CI MIT DER EGA-SIGNALISATION

EGA-Händler können sich mit dem EGA-ALLE-MARKEN-Logo in den Köpfen ihrer Kunden noch besser als Autohaus für alle Marken verankern.



Das Logo kann auf allen Printmedien, im Internet sowie in der Außensignalisation als Fahne, Pylon und als weiteres Element („Leuchtkasten“) am Autohausgebäude eingesetzt werden.

Der „EGA ALLE MARKEN AUTOZENTRUM“-Schriftzug lässt Kunden auf Anhieb erkennen, dass sie hier einen kompetenten Ansprechpartner für Fahrzeuge aller Marken vorfinden. Die Weiterentwicklung und Umstellung der Signalisation bei den einzelnen Autohäusern wird kontinuierlich aufgebaut. Die „EGA ALLE MARKEN“-Autohäuser erhalten selbstverständlich Gebietsschutz.

VORTEILE, DIE SIE ALS EGA - ALLE MARKEN AUTOZENTRUM HABEN



Sie profitieren von den vielfältigen Leistungen der EGA und können durch zahlreiche Einkaufsvorteile bei über 60 Lieferanten deutlich Kosten senken. Sie gewinnen langfristig mehr Stammkunden und erhöhen Ihren Umsatz. Als EGA-Händler haben Sie Zugriff auf über 35.000 Fahrzeuge der Händler des Verbunds. Außerdem können Sie gemeinsame Werbemittel wie Prospektwerbung, Mailings, Außenwerbung nutzen.

EGA-Kennenlernveranstaltungen (EGA-LIVE), regelmäßige Schulungen sowie ERFA-Kreise (Erfahrungsaustausch unter Händlern) runden das Angebot ab.

SEIT WANN GIBT ES DAS KONZEPT UND WIE VIELE PARTNER NUTZEN ES?

Das EGA-Konzept gibt es seit fast 20 Jahren. Es wurde aus der Praxis heraus entwickelt und wird aktuell von 1.150 Partnern genutzt.

WARUM SOLLTE ICH PARTNER WERDEN?

Das Konzept ist für Autohäuser und Werkstätten gedacht, die sich eine Mehrmarkenkompetenz aufbauen oder die bereits vorhandene effektiv unterstützen möchten, um ihren Marktanteil im eigenen Gebiet zu erhöhen und auch dem Endkunden einen größtmöglichen Nutzen zu bieten.

Der Partner bekommt von der EGA alles aus einer Hand, und zwar vom Einkauf bis hin zum Marketing. Er nutzt die Entwicklung und das Wissen aus jahrzehntelanger Autohaus Erfahrung, da alle Produkte und Prozesse in den Autohäusern des EGA-Vorstands gelehrt und überprüft werden. Hinzu kommt der Grundgedanke der EGA, dass sich die Händler als Partner gegenseitig unterstützen und die Vertriebskanäle optimal nutzen. Der Partner erfährt Entlastung in seinen täglichen Arbeitsabläufen bei maximaler Effizienz und kann sich auf seine Kernaufgaben konzentrieren.

diverse Marketingmaßnahmen bis hin zur Prospektverteilung. Die hauseigene IT-Plattform bietet Bausteine wie Fahrzeugsuche und -verwaltung, Vertrags- und Formularwesen, Angebotsverwaltung, B2B- und B2C-Zahlungsabwicklung, Treuhandkonto, Transportdienste und direkte Datenschnittstellen zu den EGA-Lieferanten. Neben der Fahrzeugsuche und Fahrzeugverwaltung sowie der Bestandskontrolle und -pflege, hat der Partner die Möglichkeit, seine eigenen Fahrzeuge innerhalb der EGA-Gemeinschaft zu verkaufen.

Das Kernwesen der EGA ist nach wie vor unverändert. Die Philosophie, sich als Händler gegenseitig zu unterstützen und Existenzen der Autohäuser und Werkstätten zu sichern, ist die Basis für alle Produkte und Entwicklungen. Die Partner sind frei in ihrer Entscheidung, zwischen den Produkten der EGA, d.h. den Partnermodellen, zu wählen und je nach Erfordernis auf ein darauf aufbauendes Modell anzupassen.

Mit der EGA wachsen und sich weiterentwickeln, das können wir unseren Partnern bieten, die sich auf das Alle-Marken-Konzept einlassen und dies auch leben. Wir stellen hierfür in allen Segmenten die notwendigen Tools zur



WELCHE LEISTUNGEN BIETET MIR DAS KONZEPT?

Die EGA bietet den Partnern Zugriff auf ca. 35.000 Fahrzeuge aller auf dem deutschen Markt vorhandenen Fabrikate, Einkaufsvorteile im Fahrzeug- und Teileeinkauf sowie bei Finanzierungen, einen wirtschaftlich optimierten Verkäuferarbeitsplatz, eine B2B Fahrzeugbörse und ebenfalls eine wesentliche Unterstützung im Marketingbereich, angefangen bei der EGA-Homepage mit einem erweiterten Fahrzeugbestand, CI-Gestaltung,

Verfügung und begleiten unsere Partner auf diesem Weg.

Natürlich setzt das immer auch ein eigenes Mitwirken voraus und eine Überzeugung, die gelebt werden muss. Gerade aus einem ursprünglich markengebundenen Gedanken heraus, ist der Weg in das Alle-Marken-Konzept erst einmal holprig und wirft viele Fragen auf. Alte Strukturen loslassen und ändern erfordert viel Eigeninitiative. An dieser Stelle steht die EGA den Partnern in allen Bereichen zur Seite und vermittelt ihr Praxiswissen.