

24.11.2022 - 16:30 Uhr

Vorteile durch gute Partnerschaften: Aiways verknüpft Direktvertrieb mit stationärem Handel



München (ots) -

Zum Verkaufsstart des Aiways U6 SUV-Coupé kann die junge Marke aus Shanghai auf ein enges Vertriebsnetz in Europa zurückgreifen. Eine intelligente Mischung aus digitalem Direktvertrieb und stationären Anlaufstellen schafft einen echten Mehrwert für Kunden und setzt Aiways klar vom Wettbewerb ab.

Das Etablieren einer neuen Marke ist keine einfache Aufgabe. Noch dazu im sehr konservativen Automobilsektor. Es reicht nicht mit Innovation, Funktionalität, Design und Preis zu punkten. Der Kunde von heute wünscht sich vor allem auch Betreuung und Service, denn statistisch ist die Anschaffung eines Automobils das zweitwertvollste Gut im Leben nach dem Eigenheim. Aiways hat deshalb eine innovative Vertriebslösung geschaffen.

Starke Partnerschaften: Das Beste intelligent kombiniert

Der Aufbau eines Händlernetzes ist aufwändig, zeitintensiv und teuer. Für viele Marken ist er deshalb das größte Hemmnis für schnelles Wachstum. Aiways hat sich deshalb gegen den Aufbau eines eigenen Netzwerks entschieden und stattdessen nach einer intelligenten Lösung gesucht, die das Beste aus allen Welten kombiniert und es im länderspezifischen Partnermodell gefunden.

"Unser innovatives Direktvertriebsmodell hat die schnelle Expansion in neue europäische Märkte trotz des schwierigen Marktumfelds ermöglicht. Zur bestmöglichen Unterstützung unserer Kunden haben wir in jedem Markt ein Netzwerk von geschulten Fachleuten etabliert, welche bei Bedarf einen zuverlässigen Service anbieten," erklärt Pierre-Adrien Ducarre, Director Business Development and Sales bei Aiways Overseas die Vorteile der engen Kooperation mit den europäischen Vertriebspartnern.

Digitale 360°-Kundenberatung: Moderne Lösungen für moderne Kunden

Die Aiways Modellpalette richtet sich mit dem funktionalen U5 SUV und dem Lifestyle-orientierten U6 SUV-Coupé an eine junge und Technik-begeisterte Generation von Kunden. Aiways möchte den Einstieg in zukunftsorientierte Elektromobilität erleichtern und deshalb vom ersten Moment an mit innovativen Lösungen überzeugen. So bieten etwa die länderspezifischen Websites ein 360°-Produktenerlebnis, das von der individuellen Fahrzeugkonfiguration bis hin zur digitalen Bestellmöglichkeit reicht - jederzeit in enger Verzahnung mit dem stationären Vertrieb.

Überall vor Ort: mehr als 160 Verkaufsstützpunkte in 14 europäischen Ländern

Denn in nur zwei Jahren hat Aiways in Europa bereits geschafft, was viele Konkurrenten aktuell nur ankündigen können. Mit mehr als 160 Verkaufsstützpunkten in 14 Ländern ist die Modellpalette in jedem Ballungsgebiet für die Kunden zu erreichen und auszuprobieren. Das enge Netz an Anlaufstellen und Servicepartnern ist ein wesentlicher Bestandteil der Markenphilosophie und ein großer Vorteil gegenüber dem Wettbewerb.

Neben den Verkaufsstützpunkten organisiert Aiways auch das Ersatzteil-Management lokal und hält in einem großen Zentrallager

in Amsterdam auf über 12.000 Quadratmetern nicht nur Verschleißteile, sondern auch Karosserieteile und sämtliche Bauteile der Hochvolt-Batterie und des Antriebssystems vor. Somit kann ein reibungsloser und termingerechter Kundenservice gewährleistet werden.

Pressekontakt:

Aiways Automobile Europe GmbH
Bernd Abel
+49 (0) 89 693135269
bernd.abel@ai-ways.eu

Georgia Chapman
+49 (0) 89 693135278
georgia.chapman@ai-ways.eu

Medieninhalte



Aiways setzt in Europa auf länderspezifische Vertriebs- und Servicepartner mit großem Know-how und bestehenden Strukturen / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/150402 / Die Verwendung dieses Bildes für redaktionelle Zwecke ist unter Beachtung aller mitgeteilten Nutzungsbedingungen zulässig und dann auch honorarfrei. Veröffentlichung ausschließlich mit Bildrechte-Hinweis.

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100080662/100899179> abgerufen werden.