



ViveLaCar

Dein Auto-Abo. Deine Freiheit

**Wer sich binden will, soll heiraten
– CX aus der Sicht eines Auto-Abo
Anbieters**



Florine von Caprivi
Co-Founder ViveLaCar

1. Fakten zu ViveLaCar



12 Abo-Plattformen
in 3 Ländern

86 Mitarbeiter an 5 Standorten
Stuttgart, Berlin, Wien(AT), Hünenberg (CH), Zagreb

29 % Businesskunden
stark steigend

9,8 Monate Abo-Laufzeit
im Schnitt

320 % Wachstum 2021
Ytd

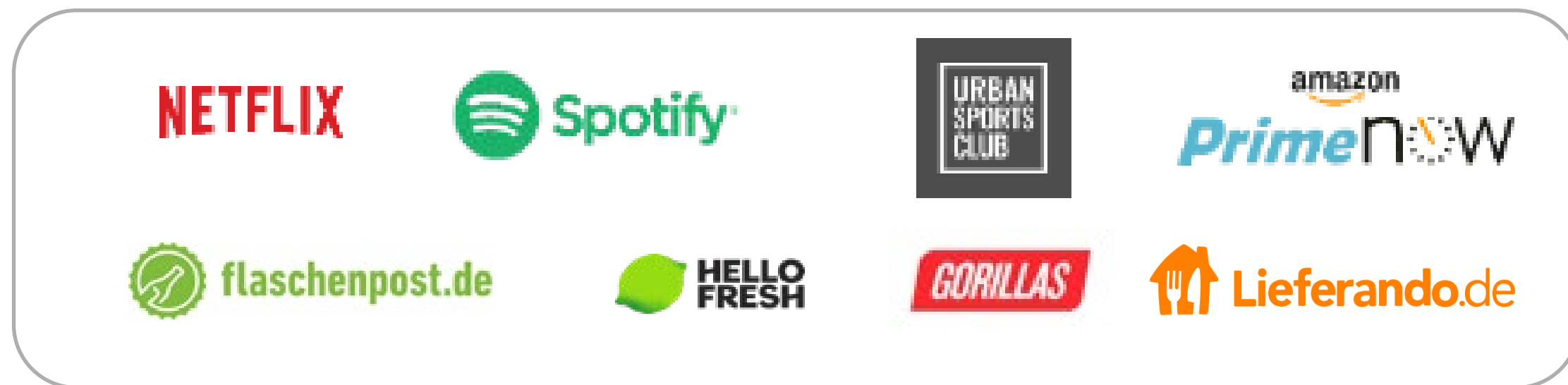
42,6 Jahre
Alter der Abonnenten im Schnitt



ViveLaCar

2. Erwartungshaltung und die Realität

Was Kunden erwarten



Einfachheit

Übersichtlichkeit

Schnelligkeit

Kostenkontrolle

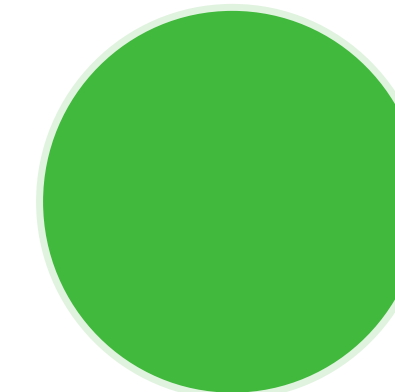
Komfort

Aktualität

Flexibilität

Was häufig mit der Beschaffung von Autos verbunden ist

Riesiger Markt



Viele Angebote, Papierkram

Finanzierung, Leasing, Barkauf



Lange Kapital- und Vertragsbindung

Versicherung & Nebenkosten



Schwer kalkulierbar und zeitaufwendig

Reparaturen



Kostenrisiko

3. Einfach - mühelos - flexibel

Für eine stark zunehmende Anzahl von Nutzern ist ein Auto-Abo das Richtige

PROBLEM

Ein Auto zu kaufen oder zu leasen ist langwierig und unspannend.

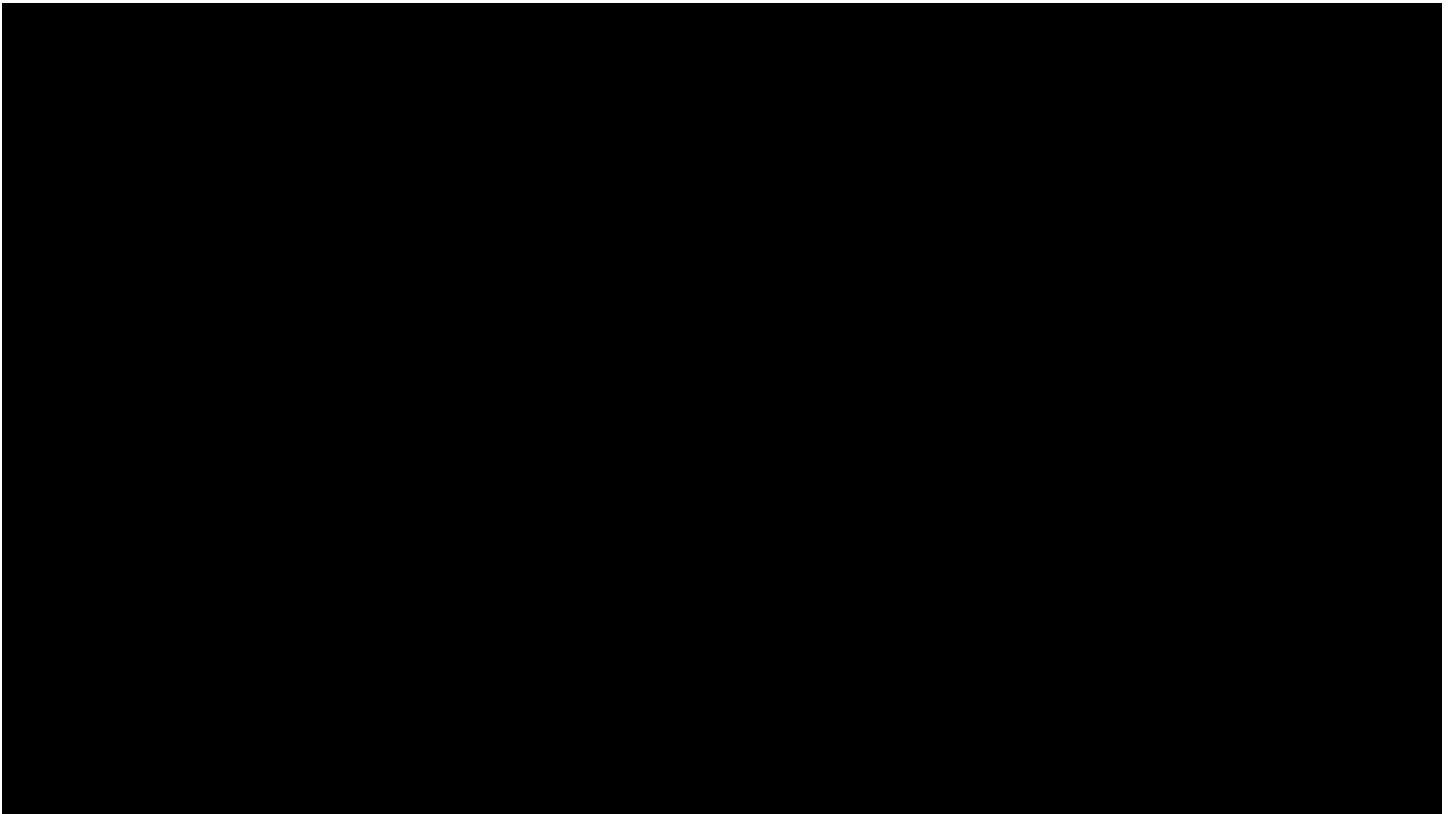
LÖSUNG

Das Abonnement ist einfach, stressfrei und 100% digital.



Nach der Nutzung des Autos im Abonnement, kann der Abonnent das Auto 100% digital kaufen, leasen oder finanzieren - zuvor kann er auch sein altes Auto bei dem Markenvertragshändler in Zahlung geben

end2end digitale Dienstleistung
für Händler und den Kunden



5. So einfach. So flexibel.

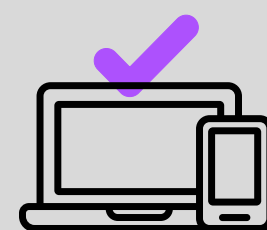
Flottenhandling ohne eigene Fahrzeuge im Bestand.



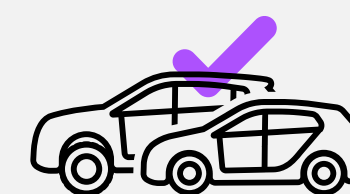
Alle Kosten inklusive, **volle Kostenkontrolle** – jederzeit kündbar



Keine fixe Laufzeit – **volle Flexibilität.** Kurze Kündigungsfrist.



100% digitale Buchung. Einfache und transparente Bedingungen, kein Papier.



Große Auswahl an **sofort verfügbaren** Pkw und leichten Nutzfahrzeugen.



Verschiedene KM-Pakete. **Monatlich wechselbar.**



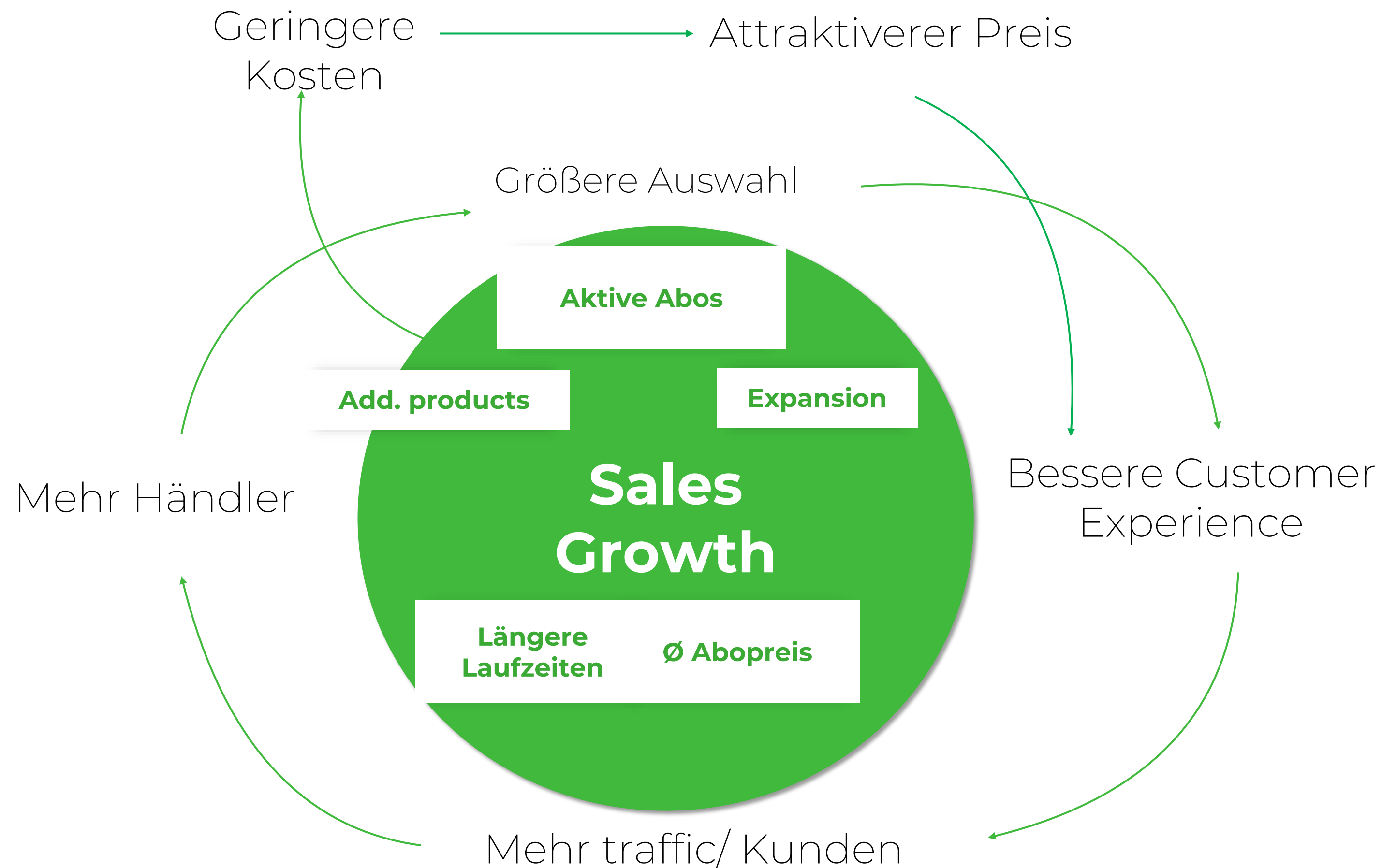
6. ViveLaCar mit zweiseitigem Marktplatz

WHO PAYS?

Abonnent?
Händler?

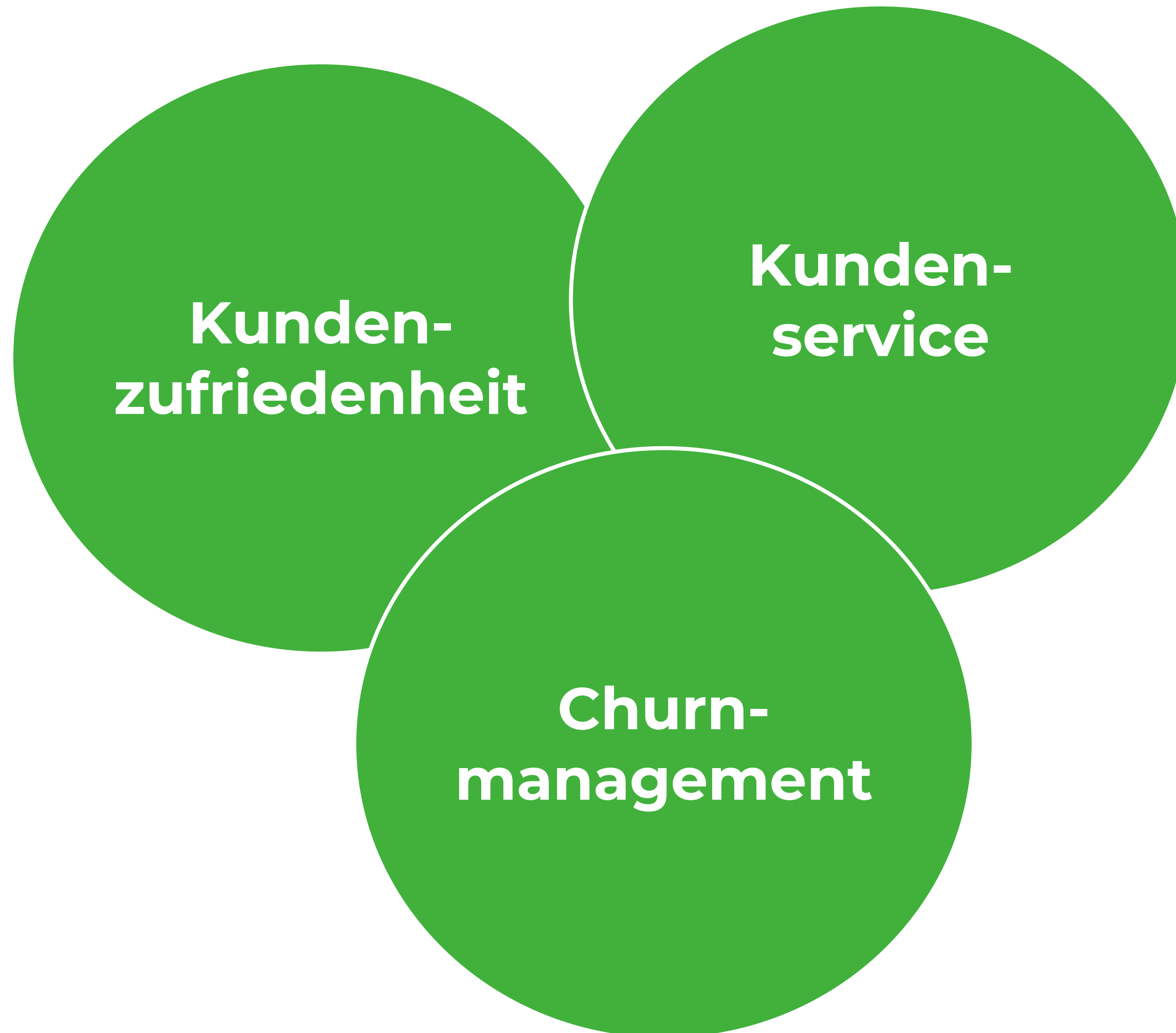


7. Flywheel-Effekt



- Mehr Händler führt zu einer größeren Auswahl an Fahrzeugen
 - Je größer die Auswahl Fahrzeuge desto besser das Kundenerlebnis
 - Ein besseres Kundenerlebnis lockt mehr Kunden
 - Mehr Kunden führt zu mehr Händlern, die mitmachen wollen
-
- Jede Stellschraube die wir optimieren, sorgt für mehr Wachstum
 - Jede Optimierung führt zu einem selbstverstärkenden Kreislauf

8. Customer Experience & Servicestrategie



1. Schnelligkeit
2. Transparenz
3. Einfachheit
4. Verfügbarkeit
5. Verlässlichkeit
6. Individualität
7. Emotionalität

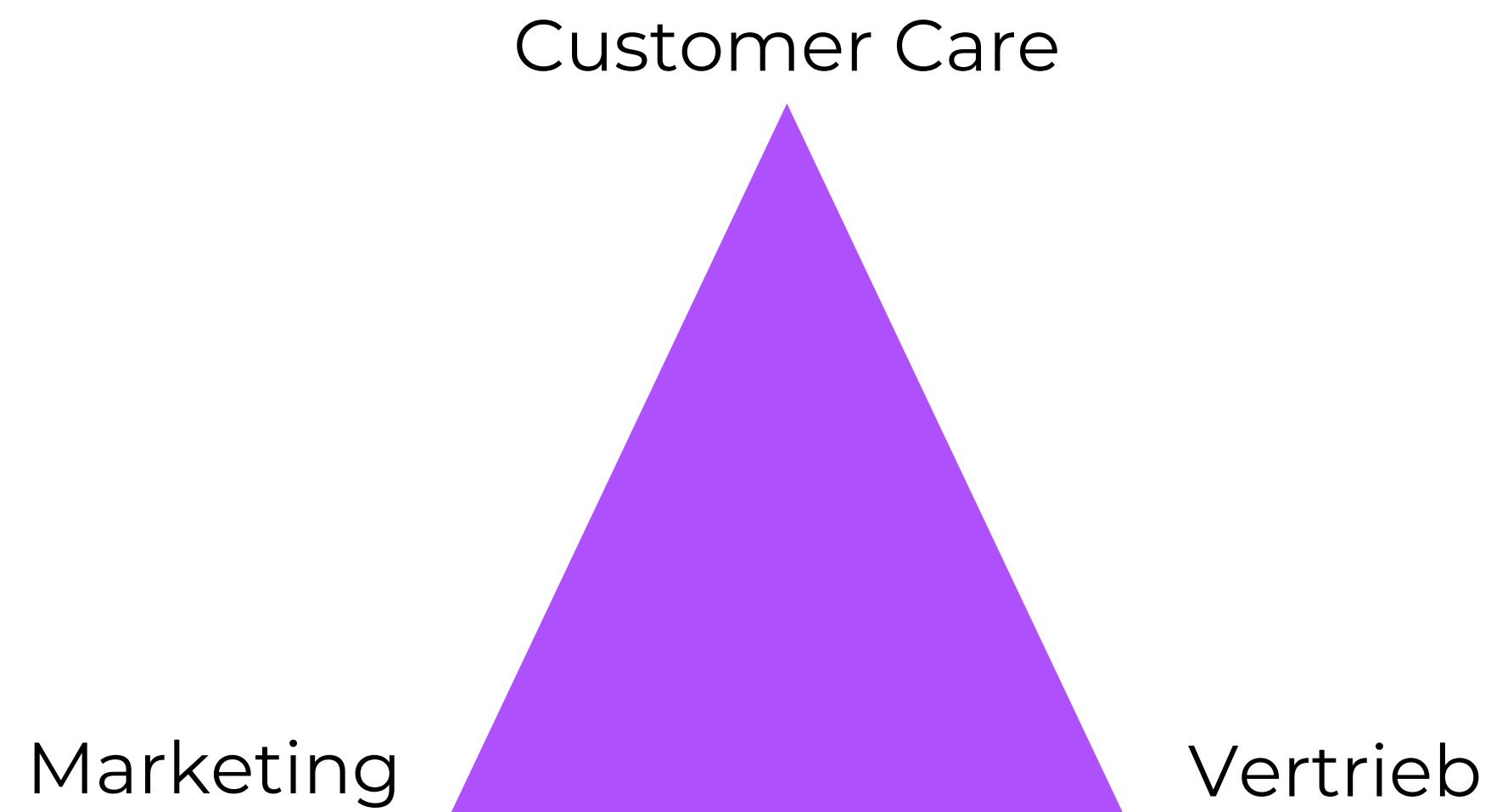


ViveLaCar revolutioniert die Art und Weise, wie Menschen über den Besitz eines Autos denken.

- ✓ **Kundenzufriedenheit**
- ✓ Eigenverantwortung und Handeln
- ✓ Daten- und faktengestützte Innovation
- ✓ Teamplayer - Wir sind als Team erfolgreich

10. Customer Excellence

Weit mehr als eine Technologie.



Integrität

Problemlösungskompetenz

Erwartungen

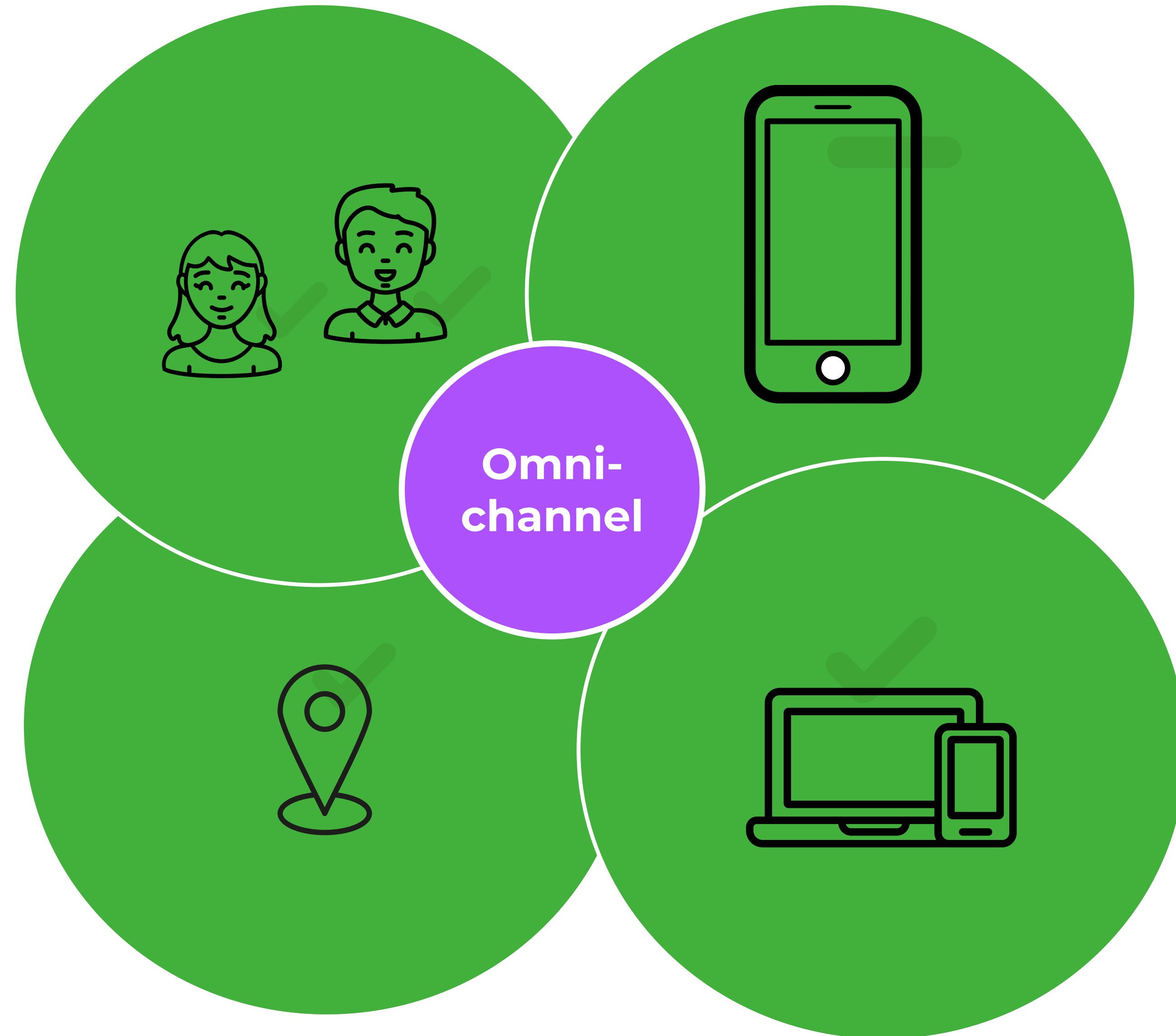
Zeit & Aufwand

Personalisierung

Empathie & Wertschätzung



11. Omnichannel Strategie



12. Technologien als Enabler

Wünsche & Bedürfnisse
erkennen

Wissensbasis nutzen

Emotional
abholen/Empathie

- ✓ Chat & Chatbots
- ✓ IVR- Interactive Voice Response
mit API zu CRM
- ✓ Messaging Services
- ✓ „Single Source of Truth“



Florine von Caprivi

Co-Founder ViveLaCar
+49 173 300 60 89
florine@ViveLaCar.com