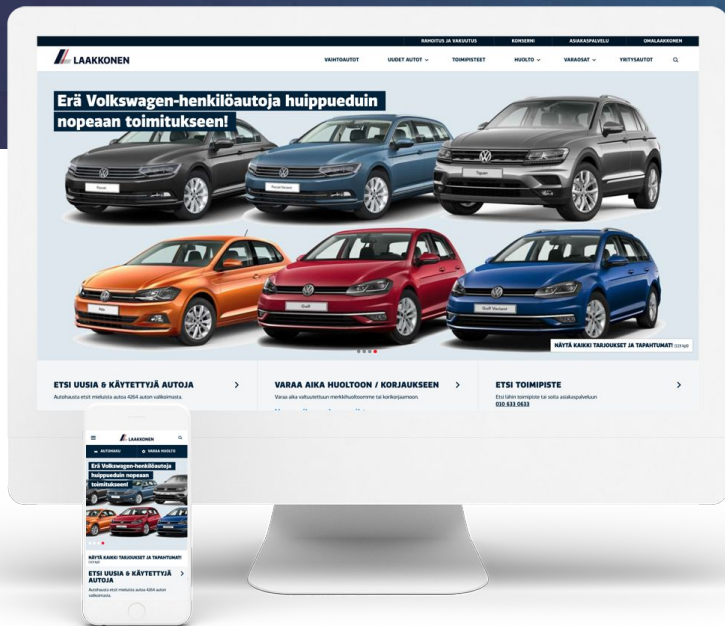


Huom! Asiakkaan nimi on vaihtunut ja ilme uudistunut.
Uusi referenssi on tulossa keväällä 2023. Tutustu odotellessa nykyiseen referenssiin.

Autokaupan kaikki
palvelut verkkoon:
**Digitaalinen ostopolku
on nyt totta**

Hedin Automotive

Suomen ensimmäinen autojen verkkokauppa



Laakkonen muutti nimensä Hedin Automotiveksi lokakuussa 2022.

Laakkonen-konserni halusi uudistaa verkkopalvelunsa rohkeasti. Asiakkaat ovat jo tottuneet etsimään autoja netistä, mutta moni ostamisen vaihe on kuitenkin edellyttänyt käyntiä myyntipisteessä.

Ennakkoluulottoman suunnittelun ja viisaan toteutuksen ansiosta Laakkosen verkkopalvelussa voi nyt laskea oman autonsa vaihtoarvon, saada rahoituspäätöksen, maksaa auton ja tilata sen vaikka kotiovelle. Verkkopalvelu tarjoaa myös personoitua tietoa ja yhteisöllisyyttä. Crasman konseptoi, suunnitteli ja toteutti verkkopalvelun tiiviissä yhteistyössä Autotalo Laakkosen kanssa.

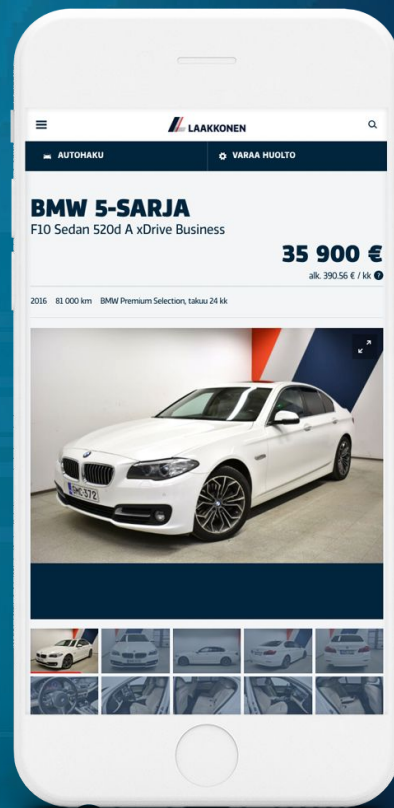
Digitaalisten palveluiden rooli auton valinnassa on kasvanut vuosi vuodelta. Laakkosen maanlaajuisen myyntiketjun toimipisteiden tukena on nyt uusittu, keskitetty ja dynaaminen verkkopalvelu, jonka eteen on tehty töitä hartiavoimin niin Laakkosella kuin Crasmanillakin. Syy uudistukselle oli selkeä.

”Näimme kasvumahdollisuuksia verkkopalvelun osalta niin autojen myyntimäärissä, huollon ajanvarauksissa kuin suorissa yhteydenotoissakin asiakaspalveluumme. Edellinen, kolme vuotta vanha palvelumme oli tullut tiensä päähän, emmekä voineet toteuttaa strategiaamme täydellä teholla”, toteaa Laakkosen markkinointijohtaja **Tea Koivisto**.

Erottuminen kovassa kilpailussa edellyttää kykyä palvella asiakkaita saumattomasti eri kanavissa. Laakkonen onkin hakemassa merkittävää strategista kilpailutekijää juuri digitaalisista palveluista.

”Uusi verkkopalvelumme tuo verkkokaupan lisäksi uusia helppokäyttöisiä palveluelementtejä asiakasrajapintaan, enemmän sisältöjä, edistyksellisiä hakutoimintoja, personointia sekä yhteisöllisyyttä esimerkiksi autojen testiajojen kokemusten jakamisen myötä”, luettelee Koivisto.

”Kiinteä ja yhteisöllinen kanssakäyminen asiakkaidemme kanssa on strategiaamme kulmakiviä. Uusi palvelu tarjoaa huippuun hiotun käyttäjäkokemuksen, sujuvan ostoprosessin sekä laajan integraation taustajärjestelmiin, mikä parantaa entisestään myynti- ja tukipalveluidemme kommunikaatiovalmiuksia asiakkaan suuntaan.”

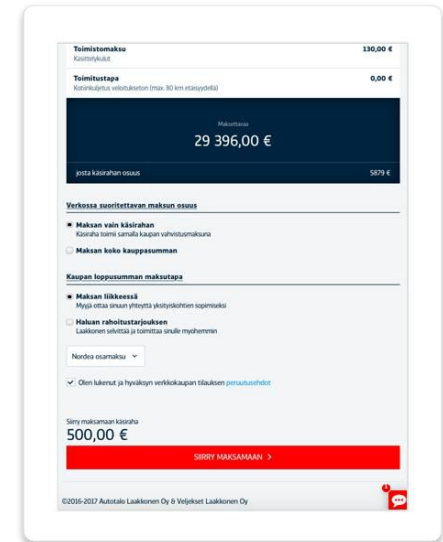


Autokauppa alusta loppuun verkossa

Suurin muutos entiseen on koko ostotapahtuman mahdollistaminen verkkoon – mukaan lukien oman auton vaihtoarvon laskemisen, rahoituspäätöksen ja lopullisen oston. Verkkokaupassa autokaupan voi tehdä helposti ja nopeasti kaikkialta Suomesta normaalia edullisempaan hintaan.

Autojen verkkokaupalla on tulevaisuudessa merkittävä kaupallinen potentiaali ja Laakkosella on siihen hienot valmiudet. Yrityksen verkkopalvelu on Suomen suosituin autoketjujen verkkoportaali, jossa vierailee kuukausitasolla jo nyt noin 250 000 kävijää eli potentiaalista ostajaa. Uuden palvelun myötä tavoitteena on tuplata kävijämäärä lähivuosina.

Ensimmäisten viikkojen aikana todistettiin, että hyppy auton ostamiseen verkkokaupassa liikkeen sijasta ei ole niin iso kuluttajan näkökulmasta kuin luulisi. ”Teimme kahden ensimmäisen viikon aikana useita autokauppoja verkkokaupassa ja ensimmäinen kauppa tehtiin verkkokaupan ensimmäisenä aukiolopäivänä. Huomioitavaa on se, että erityisesti naiset ovat tehneet autokauppoja ja ostetut autot ovat olleet kalliita premium-luokan autoja”, kertoo Koivisto. ”Ensi vaiheessa kauppa voi tehdä kaikista Laakkosen vaihtoautoista. Jatkossa verkkokauppaan tulevat myös uudet autot, joista on yksilöity kampanjatarjous- sekä esittelyautot.”



Kuluttajalle saumaton ostokokemus

Autokaupan vieminen verkkoon on helpommin sanottu kuin tehty. Siihen liittyy jo pelkästään isojen kauppasummien takia merkittävä vastuu, mikä edellyttää prosessien digitalisoinnissa erityistä huolellisuutta. Lisäksi verkkokaupan juuret ovat syvällä useissa eri taustajärjestelmissä.

”Kuluttajalle auton ostaminen verkkokaupasta on nyt äärettömän helppoa ja mukavaa, mikä oli yksi tärkeimmistä tavoitteista koko projektissa. Loppuasiakas ei tiedä, eikä hänen tarvitsekaan tietää, mitä kaikkea älykkyyttä ja taustajärjestelmiä pyörii verkkokaupan takana”, toteaa Koivisto.

”Pelkästään konseptivaihe oli vaativa, koska esimerkiksi etäkauppaan liittyvä juridiset säännöt piti huomioida pilkuntarkasti koko ostoprosessissa. Toinen merkittävä haaste palvelussa oli toteuttaa integraatio noin kymmeneen eri taustajärjestelmään, kuten esimerkiksi erp-, vaihtoauto-, hinnoittelu- ja cdm- järjestelmiin”, Koivisto luettelee.

Mutkikkuus jätettiin konepellin alle

Laakkonen on suurten numeroiden talo. Se edustaa 15 eri automerkkiä, josta pelkästään yhdellä merkillä saattaa olla 300 automallia. Lähes 3 000 vaihtoautoa sisältävä valikoima on Suomen suurimpia ja myös verkkopalvelun suosituin sisältö. Tuhannet käyttäjät saapuvat verkkopalveluun päivittäin lukuisilla eri päätelaitteilla ja etsivät vanhoja ja uusia autoja, tekevät huoltovaroja, tarkistavat oman autonsa huoltohistoriaa ja keskustelevat chat-asiakaspalvelussa.

Massiiviset tietomäärät ovat kuitenkin haaste käytettävyydelle. Suunnittelussa varmistettiin, että käyttäjät pääsevät käsiksi etsimäänsä sisältöön mahdollisimman nopeasti ja helposti. ”Monimutkaisetkin toiminnallisuudet suunniteltiin siten, että niiden käyttö mobiililaitteilla on yhtä mutkatonta kuin isommalla näytöllä. Helppous koskee myös koko ostotapahtumaa, asiakas saa esimerkiksi rahoituspäätöksen ja vaihtotarjouksen suoraan sivustolta ja hän voi ostaa auton mistä tahansa Laakkosen liikkeestä riippumatta omasta sijainnista.”

Vaihtoautojen verkkokauppa on nopein tie omaan autoon.
Valitse ja varaa!

Buurit autot Vaihtoautot
 Esittelyautot

MERKKI
 VALITSE MERKKI

MAALLI
 VALITSE MAALLI

HINTA VUOSIMALLI
 MAX € MIN €

KILOMETRIT
 MIN € MAX €

KÄYTTÖVUOKKA
 VALITSE KÄYTTÖVUOKKA

KORIMALLI
 Ferrauni
 Pakettivaunu
 Peräseppä
 Maastoauto

NÄYTÄLÄÄ

TARKENNA HAUKA

SUOSITTUJA MAKUSANGIA
 Automaatti Neliveto
 5-vaihteinen 6-vaihteinen
 7-vaihteinen 8-vaihteinen









TOIMIPISTE
 VALITSE TOIMIPISTE

KAMPANJA
 VALITSE KAMPANIA

Hakutuloksia 2704 kpl
 Valtimien hakusana 2 kpl | Pöytä kalvi valinnat

Esittelyautot 1 x | Vaihtoautot 1 x

Viereko päivitetty

			
FORD TRANSIT Van 300 200 TDD 130 Trend L30 6.0 2019 3000 km Esittelyauto Espoo	FORD GRAND TOURNEO CONNEE L3 TDC 130 16v AUTOMAATTI Titanium, 7-PAIKKAINEN 2018 4000 km Esittelyauto Espoo	FORD FOCUS L3 EcoBoost 150hv AUTOMAATTI Titanium 2018 3000 km Esittelyauto Espoo	FORD FIESTA L3 EcoBoost 100hv AUTOMAATTI Active II 2019 2000 km Esittelyauto Espoo
Kyky saatavuudesta 38 900 € alk. 42,11 €/kk	Kyky saatavuudesta 37 400 € alk. 40,21 €/kk	Kyky saatavuudesta 29 900 € alk. 32,12 €/kk	Kyky saatavuudesta 23 900 € alk. 25,18 €/kk
Näytä plussat	Näytä plussat	Näytä plussat	Näytä plussat
			

Nyt luodun verkkopalvelun moottorina toimivat Crasmanin Stage-julkaisujärjestelmä ja Studio-aineistonhallintajärjestelmä, joissa on valtava määrä dataa, automatisoituja prosesseja ja integraatioita taustajärjestelmiin. Laakkosen uusi palvelu pohjautuu responsiiviseen suunnitteluun, minkä ansiosta verkkopalvelu toimii sujuvasti ja näyttävästi eri päätelaitteissa. Konseptivaiheessa palvelua testattiin eri käyttäjäryhmillä ja päätelaitteilla:

”Määrittelimme tarkasti muun muassa sivuston käyttäjäryhmiä ja testasimme heidän käyttäytymistään palvelun prototyypiversioissa. Huolellisen suunnittelun ansiosta navigaatio ja käytettävyys ovat laajasta kokonaisuudesta huolimatta erittäin hyvät”, kertoo Koivisto ja muistuttaa: ”Kehitämme kuitenkin palvelua koko ajan. Nyt olemme tehneet loistavan perustan tulevaisuuden kehitystyölle, kuten uusien lisäarvopalveluiden käyttöönotolle.”

”Tarvitsimme verkkopalvelumme uudistukseen luotettavan kumppanin, joka vie asioita eteenpäin täsmällisesti. Crasman vastasi koko projektista eli konseptoinnista, käyttöliittymäsuunnittelusta, käyttäjätestauksesta, määrittelystä ja teknisestä toteutuksesta. Tilaajan kannalta on ilahduttavaa, että olemme pysyneet budjetissa, eikä matkan varrella ole tullut mitään yllättäviä kuluja, vaikka hanke on ollutkin haastava. Lisäksi Crasmanin projektipäällikkö on ollut todella hyvin sisällä liiketoiminnassamme ja ymmärtänyt miten eri toimenpiteet vaikuttavat eri järjestelmiimme ja organisaation toimintaan”, lopettaa Koivisto.

**“Crasman vastasi
koko projektista
eli konseptoinnista,
käyttöliittymä-
suunnittelusta,
käyttäjä-
testauksesta,
määrittelystä
ja teknisestä
toteutuksesta.”**

Haluatko kuulla lisää? Ota yhteyttä!



Anu Hakkarainen

Sales Director

anu.hakkarainen@crasman.fi
044 988 5560