# Frage 9 Welche Kundensegmente können existieren ? Beschreiben Sie die Unterschiede

## Geographisch :

Tesla Autos sind eher für den Amerikanischen und Europeischen Markt geeignet aber werden auch Welweit verkauft.

## Demographisch :

Zuerst waren Teslas Fahrzeuge für Leute, die entweder sehr reich waren oder einen sehr guten Lohn hatten, auch allgemein für Leute, die einen hohen Universitätslevel (Entrepeneur, Ärtze ..) haben.

Mit der Ankunft vom Modell 3 werden viele neue Kunden bei Tesla ankommen, besonders aus der mittleren Klasse (....)

## Psychographisch :

Kunden, die entweder für den Design oder die Image vom Auto aber auch besonders für den Fakt, dass alle Fahrzeuge keine Abgase produzieren.

Das grösste Unterschied gibt es zwischen die, die sich einen Roadster, Model S oder Model X leisten können und zwischen die, die sich einen Model 3 leisten können. Die ersten verdienen generäl mehr als die, die sich einen Model 3 leisten können und kaufen einen Tesla eher für die Image, weil es futuristisch ist.

# Ehemaliger Zielmarkt ("Roadster")

Ziel: Das ursprüngliche Ziel des Tesla Roadsters waren die gehobenen Geschäftsleute und andere, die auf der Suche nach einem High-End-Luxusauto waren. Der Tesla Roadster erforderte eine große Anzahlung und kostete über 100.000€, was dazu führte, dass er für die meisten Verbraucher, die sich höherwertige Autos anschauten, oder darunter, nicht verfügbar war.

Segment: Das Marktsegment konzentrierte sich auf Männer, die einen Luxussportwagen mit Elektromotor suchten. Der Tesla Roadster war nicht nur effizient, er war auch schnell und fuhr wie ein echter Sportwagen. Das Segment wurde aufgrund des Sportwagenaspekts der Marke und der Verfügbarkeit von Männern dominiert.

Positionierung: Der Tesla Roadster wurde als High-End-Luxus-Sportwagen vermarktet, der voll elektrisch war und sich mit anderen Luxusautos auf hohem Niveau messen konnte. Während der Preis nicht billig war, war er so günstig wie viele andere High-End-Sportwagen, die zu dieser Zeit auf dem Markt waren. Es wurde nicht für den Wettbewerb mit den Limousinen gemacht, sondern für den zweisitzigen Automarkt. Das reine Elektrofahrzeug bot auch einen Anreiz für umweltschonende Autofahrer, da es beim Fahren keine Emissionen verursacht.

# Aktueller Zielmarkt :

Ziel: Der aktuelle Kunde von tesla kauft das Modell s Fahrzeug zu einem Preis von 70.000 Euro, die Kunden sind erfolgreiche Geschäftsleute und Unternehmer, die auch Stadtbewohner sind, die technisch versiert und umweltfreundlich sind. Dies sind wohlhabende und frühe Anwender, deren Einkommensniveau sie in das Segment der oberen Mittelklasse einordnet.

## Segment :

Das Segment des Marktes ist Einzelpersonen, die ein Premium-Luxusauto mit dem zusätzlichen Vorteil, voll elektrisch zu sein, suchen. Tesla richtet sich an Personen mit einem typischen Einkommen von über 100.000€, das auf 77% unserer Fahrzeuge basiert. Wenn wir also unsere Strategien vermarkten, wollen wir dies im Auge behalten, wenn wir das Publikum ansprechen. Die Mehrheit des Segments ist überwiegend männlich.

## Positionierung :

Das Modell s ist als ein Luxusauto mit großer Leistung, die einfach den zusätzlichen Vorteil hat, ein voll elektrisches Fahrzeug zu sein, ohne Stil und Leistung zu opfern. Dieses High-End-Luxusauto verpasst nichts von einem traditionell europäischen Luxusauto und so will tesla das Konzept sein. Sie wollen nicht vermitteln, dass es sich in erster Linie um ein Elektroauto handelt, denn im Moment haben Elektroautos keinen sexy oder glamourösen Ruf wegen der Autos, die sie "Hybriden" nennen, die schreckliche Leistung und Stil haben.

# Neuer Zielmarkt :

Ziel: Damit tesla heute und in Zukunft weiter wachsen kann, ist es wichtig, den Zielmarkt zu erweitern, um mehr Konsumenten zu erreichen. Durch die Erweiterung unseres Zielmarktes auf die Generation Y, Mitte der 20er bis Anfang der 40er Jahre, wird Tesla in der Lage sein, ihre Anlage zu nutzen und gleichzeitig die Produktion zu steigern. Dieser Zielmarkt wird die jungen Profis ausfindig machen, die auf der Suche nach einem Luxusauto der Einstiegsklasse sind. Laut NADA DATA lag der durchschnittliche Verkaufspreis für ein neues Auto bei ca. 30.000€, was zeigt, dass die Mehrheit der Verbraucher nicht viel Geld für Autos ausgibt.

## Segements :

Wir werden den Markt für unsere neuen Ziele in drei Kategorien segmentieren: umweltfreundliche Verbraucher, technisch versierte und Einsteiger-Luxusautos. Für die umweltfreundlichen Verbraucher können wir sie erreichen, indem wir ein vollelektrisches Auto anbieten, das nicht nur mehr als die doppelte Reichweite der elektrischen Konkurrenten hat, sondern auch den Stil und die Leistung, für die Tesla bekannt ist. Für das technisch versierte Segment können wir sie erreichen, weil das vollelektrische Auto eine wachsende Technologie ist, die die meisten Verbraucher derzeit nutzen. Nicht nur das Auto selbst ist neue Technologie, das Innere des Autos zieht wirklich den technisch versierten Verbraucher mit den grundlegenden Wahlen, sowie Zusätze an, die thems außerdem anziehen. Das Einstiegssegment der Luxusautos wird die jungen Berufstätigen anziehen, die sich in der Anfangsphase ihrer Karriere befinden und ein Luxusauto fahren wollen. Mit einem Eintrag

Survey Questions

1. Gender
2. Age
3. Personal Income
4. Work status
5. Education
6. Ethnicity
7. State/country
8. What type of community do you live in ?
9. How did you purchase you current vehicle ?
10. What brand of vehicle do you currently own ?
11. How many miles do you currently drive daily ?
12. How much do you currently spend on gas a week ?
13. Have you previously or currently owned a hybrid vehicle ?
14. Have you previously or currently owned an electric vehicle ?
15. Scale the factors which would influence your purchasing decision ?
16. What are you currently looking in a vehicle ?
17. What features impact your purchassing decision ?
18. Rate according to your engine preference ?
19. How Influential are/would the following factors be on your purchasing decision of an electric vehicle ?
20. Do you think electric cars are a good return on investment ?
21. How much would you be prepared to pay for a new/used NON-electric vehicle ?
22. How much would you be prepared to pay for similar model but electric vehicle ?
23. Are you environmentaly conscious ?
24. What do you think are the benefits of owning an electric vehicle ?
25. For you, what are the drawbacks of an electric car ?
26. Do you plan on buying an electric vehicle in the future ?
27. If so, how long until you plan to purchase an electric in the future ?
28. If the following vehicles were available as electric vehicles, what type of vehicle would you most likely buy ?
29. Do you think it is too early for electric cars, considering they may not be reliable enough and would you prefer buying a hrybrid car ?

# Marktforschung

## Erhöhte Verkäufe von Elektroautos

Laut evobsession.com wuchs der Absatz von 100% Elektroautos im letzten Jahr um über 360%. Da die Technologie die Batterien immer besser macht und immer mehr Ladestationen gebaut werden, verlangen die Verbraucher nach Elektroautos. Dazu könnten der steigende Benzinpreis und der Trend zu mehr Umweltbewusstsein beitragen. Da immer mehr Menschen beginnen, sich mit dem Kauf von Elektrofahrzeugen zu beschäftigen, werden die Unternehmen Autos bauen müssen, die sie von ihrer Konkurrenz abheben. Die meisten Elektroautos sind für ihre schlechte Leistung bekannt, was sie für die meisten Menschen unattraktiv macht. Da die Technologie für diese Branche wächst und billiger zu produzieren ist, können die Unternehmen mit dem Design und der Leistung des Autos innovativer werden. Die ideale Situation wäre es, eine Familienlinie von Elektrofahrzeugen zu bauen, die für jedermann attraktiv sein könnte.

## Preis der Luxus-Fahrzeuge

Der durchschnittliche Preis der 15 meistverkauften Luxus-Fahrzeuge im Jahr 2012 war $ 41.073 und das durchschnittliche Wachstum der Verkäufe war 10,1% durch die goodcarbadcar.net gefunden. Dies zeigt, dass die Luxus-Fahrzeug-Industrie wächst und die Menschen sind damit einverstanden, ihr Geld für Luxus-Fahrzeuge. Beim Durchschnittspreis von 40.000 Dollar zeigt sich, dass die Leute hauptsächlich die Einstiegsklasse der Luxusfahrzeuge kaufen. Diese sind preislich so gestaltet, dass sie für den Massenmarkt attraktiv sind. Viele der Luxus-Auto-Unternehmen sind die Einstiegsklasse Fahrzeuge, so dass sie einen Markt erreichen können, dass sie seit Jahren ausgelassen wurden. Dies ist eine Belastung für die regulären Automobilfirmen, da sie mit diesem Einsteiger-Luxuswagen mit den High-End-Optionen, die sie derzeit anbieten, konkurrieren müssen. Der Durchschnittspreis für die besten 7 großen Luxusautos, die ein Konkurrent für das Modell S sind, liegt bei 75.174 Dollar. Die Mercedes S-Klasse verkaufte sich 2012 mit 11.794 Einheiten am meisten. Dies zeigt, dass die Luxus-Autofirmen ihr Geld und ihren Marktanteil an den billigeren Autos verdienen, die sie verkaufen. Dies wird ein Thema für Tesla sein, da wir versuchen, Marktanteile zu gewinnen. Wir können die großen Luxusmodelle definitiv übertreffen, aber um Marktanteile zu gewinnen, müssen wir in großen Stückzahlen verkaufen, was bei einem höherpreisigen Fahrzeug nicht der Fall sein wird.

## Kosten für das Aufladen von Elektroautos

Mit den durchschnittlichen Kosten pro Kilowattstunde in den USA von 0,12 US-Dollar entspricht dies etwa 0,04 US-Dollar pro Meile für Elektroautos. Auf einer jährlichen Fahrt von 12.000 Meilen, würde dies nur ein Elektroauto Besitzer über $ 480 insgesamt kosten. Mit den durchschnittlichen Kosten des Benzins aktuell bei $3.56 pro Gallone, übersetzt dieses zu Kosten von ungefähr $.14 Cents pro Meile in einem 25mpg Auto unter Verwendung des Benzins. Auf einem jährlichen Durchschnitt von 12.000 Meilen, würde dieses das traditionelle gasbetriebene Fahrzeug $1.680 mit einem 25mpg Auto kosten. Ein Fahrer mit einem Elektrofahrzeug würde $1.200 pro Jahr nur an Gaskosten sparen.