

LOKALE MARKTBEARBEITUNG

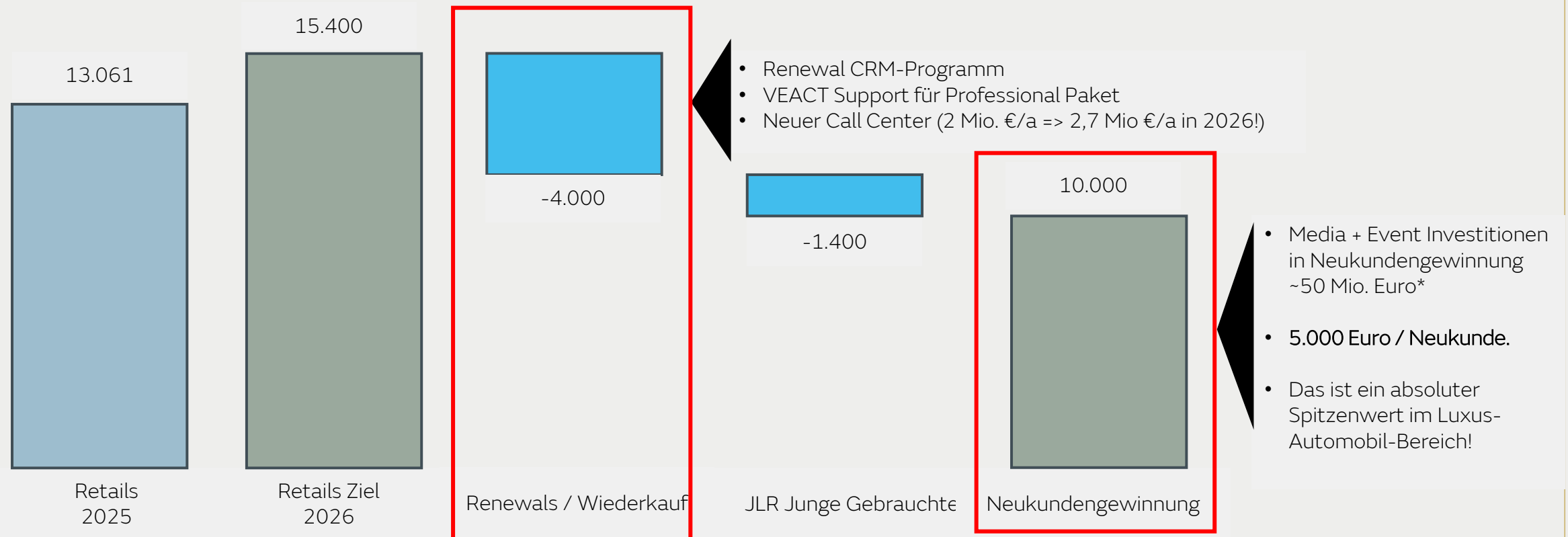
NEUKUNDENGEWINNUNG UND WIEDERKAUF

RETAIL-ZIEL 2026 – ZUSAMMEN EINE MACHBARE AUFGABE

AUSBLICK VOLUMENPLANUNG CY 2026

+ 15% RETAIL VOLUMEN IN 2026 VERSUS 2025

+ 70% MARKETINGINVESTITIONEN IN 2026 VERSUS 2025



* Cost per Enquiry = 150€, EtL-Conversion 30 %, Cost per Lead = 500€, LtO Conversion 10 %, 5.000 € / Neukunde,

ÜBERBLICK MASSNAHMEN MIT CEM-OWNERSHIP

NEUKUNDENGEWINNUNG

WIEDERKAUF

TOOLS

Inner Circle

Empfehlungsmarketing-Tool

Luxury Affinity Partner

Lokale Kooperationspartner (Events)

Autobörsen

Digitales Marketing (20% vom LMF max.)

Mindestens ein
Empfeher pro AH
bis Ende Mai

Neuer Event-
Lead-Prozess
ab Mitte Mai

RENEWAL-Kampagne

3-Stufige JLR- Wiederkaufkampagne
zusammen mit BNPP

VEACT-Kampagnen

Händlerkampagnen für Customer Service und
Service-to-Sales

INNER CIRCLE

Das Empfehlungsprogramm von JLR

INNER CIRCLE PROGRAM

Mit dem Inner Circle Programm bringt Jaguar Land Rover bestehende Fahrzeughalter und ihre Freunde als potenzielle Neukunden über den örtlichen Handelspartner zusammen.

STRATEGISCHE ZIELE

VERKÄUFE STEIGERN

Wandeln Sie "Familie & Freunde" in neue Fahrzeugbesitzer um.

TREUE BELOHNEN

Bieten Sie den aktuellen Eigentümern hochwertigen Service, Zusatzanreize oder luxuriöse Gastronomie-Erlebnisse an.

LOKALE BINDUNG

Sichern Sie Empfehlungen und Einlösungen an den voreingestellten Einzelhandelspartner des Eigentümers.

WESENTLICHE VORTEILE FÜR KUNDEN

VORTEILE FÜR KUNDEN



VORTEILE FÜR KUNDEN*:

- Kostenloser Service: Bis zu 1.500 € für den nächsten Fahrplan Erhaltung (gültig 24 Monate).
- Zubehörgutschein: 1.500 € für echte JLR-Teile (gültig 6 Monate).
- Luxus-Dinner-Erlebnis (gültig 3 Monate).
- Wenn der Eigentümer ein anderes Fahrzeug kauft – unabhängig von der Marke – erhält er denselben Vorteil wie der vermittelte Freund.
- Achtung: Wer die Incentives für den Empfehler nicht nennen möchte, lässt sie weg, dann ist die Überraschung im positiven Fall umso größer!

VORTEILE FÜR POTENZIELLE KUNDEN



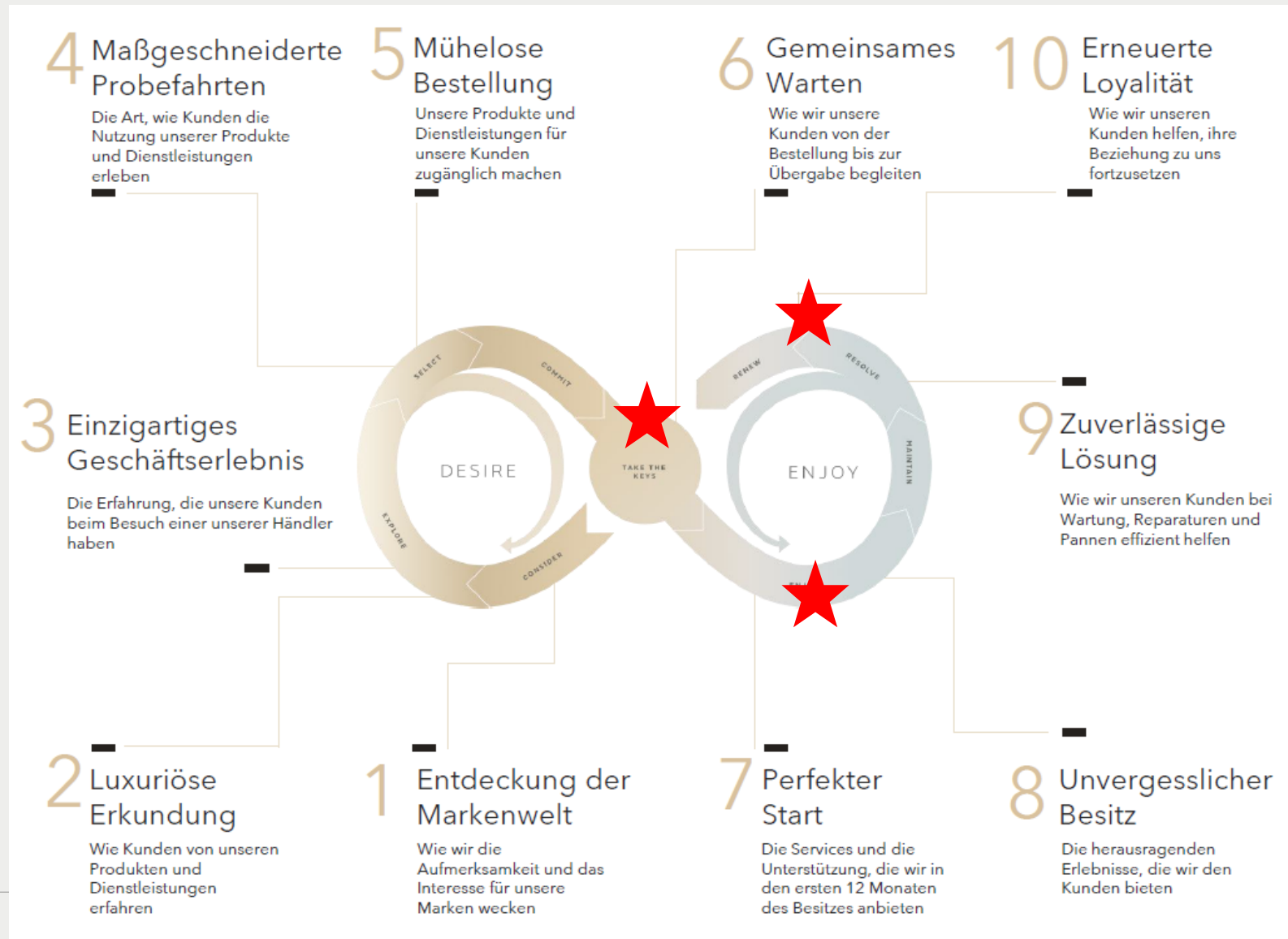
VORTEILE FÜR EMPFOHLENE FREUNDE:

- Verlängerte Probefahrt: Bis zu 4 Tage für Modell von Interesse (je nach Verfügbarkeit).
- Treuebedingungen: Präferenzkaufbedingungen, die normalerweise den etablierten Eigentümern vorbehalten sind.

VORTEILE HÄNDLER:

Bei Kauf durch empfohlene Person, wird im Hintergrund automatisch der Belohnungsmechanismus ausgelöst!

WEITEREMPFEHLUNG während der Customer Journey



BEISPIELE FÜR POSITIVE KUNDENANLÄSSE FÜR START INNER CIRCLE PROZESS



To-DO CEM:

Jeweiligen Prozess im Autohaus aufsetzen, so dass Inner Circle Tool / Empfehlungsmanagement im Autohaus als Standard gelebt wird und nicht dem Zufall überlassen bleibt.

FALLBEISPIEL 1

Händlergesprächsleitfaden - Für Verkäufer während der Übergabe mit Range Rover, Range Rover Sport und Defender Kunden.

1. Einleitung



"Bevor wir die Übergabe abschließen, möchte ich etwas mitteilen, das ausschließlich für unsere Kunden von Range Rover, Range Rover Sport und Defender reserviert ist. Es ist unser neues Land Rover Empfehlungsprogramm namens Inner Circle."

2. Was ist der innere Kreis



"Inner Circle ist ein exklusives, ausschließlich auf Einladung zugängliches Programm, das darauf ausgelegt ist, unsere Kunden sowie ihren engen Familien- und Freundeskreis anzuerkennen. Im Rahmen dieses Programms können Sie Ihre Familie und Freunde einladen, die am Kauf eines Land Rover-Fahrzeugs interessiert sind."

3. Vorteile



"Wenn einer deiner Freunde sich entscheidet, einen Land Rover zu kaufen, erhältst du Zugang zu exklusiven Belohnungen, einschließlich der Möglichkeit, den Vorteil zu wählen, der am besten zu deinen Bedürfnissen passt. Deine Freunde erhalten automatisch ihren dedizierten Vorteil beim Abschluss des Kaufs."

FALLBEISPIEL 1

Händlergesprächsleitfaden - Für Verkäufer während der Fahrzeugübergabe an Kunden.

4. Wie es funktioniert – Betriebs Erläuterung



"Wenn du dem Programm beitreten möchtest, kann ich dich jetzt sofort auf der Plattform des Inneren Kreises registrieren. Dies löst sofort eine offizielle E-Mail von Land Rover aus, die Ihre persönliche Einladung und Ihren einzigartigen Empfehlungscode enthält." "Du kannst diesen Code dann mit deinen Freunden teilen – entweder per E-Mail, WhatsApp oder einem anderen bevorzugten Kanal." "Sobald sie deine Einladung erhalten haben, haben deine Freunde nur einen begrenzten Zeitrahmen, um den Code zu nutzen und auf die Programmvorteile zuzugreifen. Ebenso steht Ihre Möglichkeit, Empfehlungen zu senden, für einen definierten Zeitraum zur Verfügung, der sowohl in der E-Mail als auch in Ihrem persönlichen Dashboard klar angegeben ist."

5. Programmgrenzen und -bedingungen (elegant kommuniziert)



"Das Programm steht Kunden zur Verfügung, die kürzlich ein Modell bei den Familien Range Rover, Range Rover Sport oder Defender gekauft haben. Außerdem sind Empfehlungen ausschließlich bei demselben Händler gültig, an dem Sie Ihr Fahrzeug heute abgeholt haben. Dies gewährleistet ein konsistentes und vollständig personalisiertes Erlebnis, das den Standards von Land Rover entspricht."

6. Schließung



"Der innere Kreis ist unsere Art, dir zu danken und deinen Freunden eine privilegierte Einführung in die Land Rover-Welt zu ermöglichen. Wenn Sie Fragen haben oder Hilfe wünschen, sind wir immer für Sie da."

FALLBEISPIEL 2

Service-Kunden - „Top-zufriedene Kunden“ gezielt kontaktieren

Aktivierungskriterien:

- Sehr gutes Feedback / NPS hoch
- Wiederkehrende Servicekunden
- Zubehörkauf / Upgrade-Interesse
- Empfehlungs-Hinweise („Ich werde oft gefragt...“)

Vorgehen in 5 Schritten:

1. Liste ziehen: Letzte 30/60 Tage – positive Feedbacks, Stammkunden, RR/RRS/Defender (sofern Startumfang).
2. Priorisieren: A-Kunden zuerst (hohe Bindung, gute Experience).
3. Kurz anrufen oder personalisiert mailen: Dank + 2-Satz-Erklärung „Inner Circle“.
4. Link senden + Reminder setzen: 7–10 Tage Follow-up.
5. Ergebnis tracken: Link gesendet / Interesse / Empfehlungen / Conversion.

FALLBEISPIEL 3

Probefahrt / Beratungstermin - Für Bestandskunden, die sich umorientieren.

Wann: Kunde denkt über Upgrade nach oder kommt mit Begleitung.

Schritte:

1. Begleitung aktiv einbinden: „Darf ich kurz fragen, wer heute mit dabei ist?“
2. Programm elegant: „Übrigens – über Inner Circle können Sie auch Familie/Freunde einladen.“
3. Mehrwert: „Dann bekommen Interessenten eine besonders gute Probefahrt-/Angebots-Experience.“
4. CTA: „Ich sende Ihnen den Link nach dem Termin.“
5. Wiedervorlage: Wenn Begleitung Interesse zeigt, Lead sauber erfassen.

RENEWAL KAMPAGNE (CRM)

3-stufige Wiederkaufkampagne

ZIELE der neuen Renewal Kommunikation für Leasingausläufer & Neukauf

100%

- Alle Kunden abdecken
- Einheitlicher Prozess für alle Kunden (Leasing, Finanzierung, Cash)

Händlerkontakt

- Alle Kunden im relevanten Zeitfenster min. 1x als Lead in Sm@rt an den Händler schicken
- Gratis Leistung für Kunden als Motivation

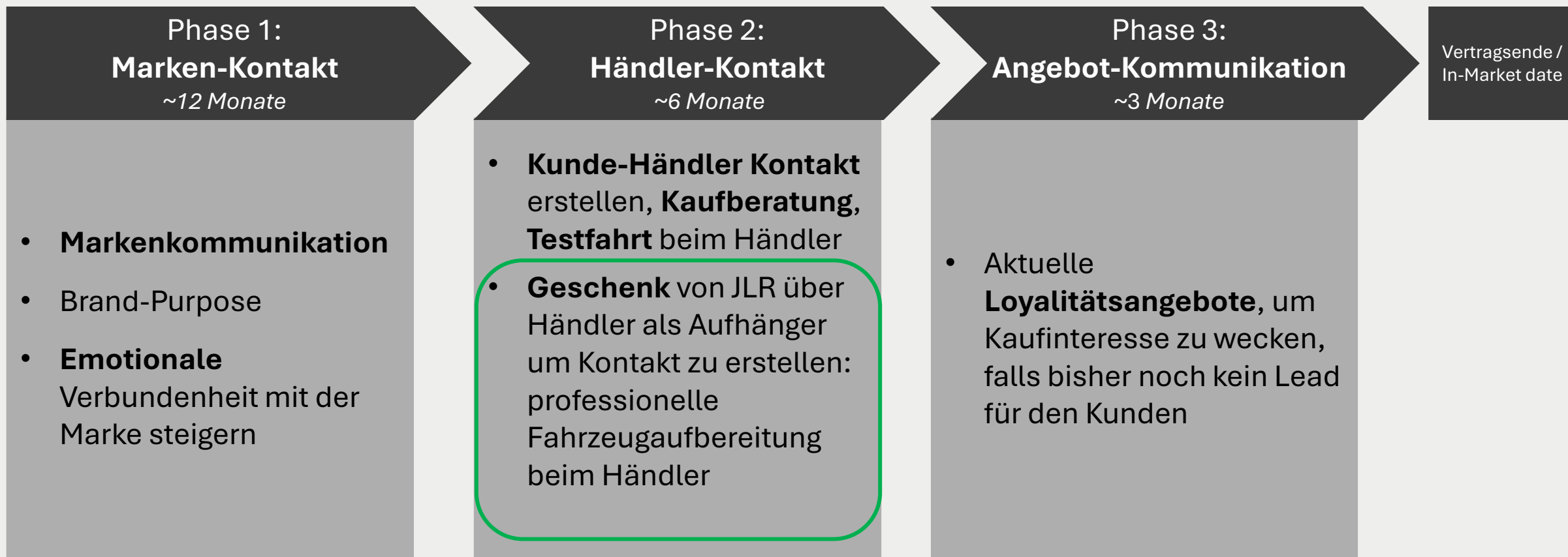
Loyalität

- Positive emotionale Bindung zum Händler und Marke aufbauen

RANGE ROVER DEFENDER DISCOVERY

- Angebot: gleiches Nameplate
- Start mit Range Rover, Range Rover Sport und Defender
- Prozess: eDM Journey + Sm@rt Lead an Händler + Call Center
- Kooperation mit BNPP für breitere Abdeckung der Kunden

PROZESS der neuen Renewal Kommunikation für Leasingausläufer & Neukauf



IMPLEMENTIERUNG Phase 1



RANGE ROVER
DISCOVERY | DEFENDER | RANGE ROVER

DIE CHALLENGE SELBST IST DIE WAHRE BELohnUNG
Sehr geehrte Frau Siegel,

Sie haben bereits erlebt, wie Sie der Range Rover Sport dabei unterstützt, Challenges zu meistern, Ihre ambitionierten Ziele zu verfolgen und dabei alles zu geben. Schauen Sie, wie wir die in unserer spannungsgeladene Zusammenarbeit mit dem Emmy-nominierten Schauspielern und Produzenten Ihre Jenseits auf die Leinwand zum Ausdruck bringen.

MEIN INTERESSE

Range Rover Sport (P35) AWD 4.4 Liter V8 580CV Twin Turbocharger mit 452kW (615PS); Kraftstoffverbrauch und CO₂-Emissionen (gemäß Normwert) 12,5 l/100km; 283 g/km; CO₂-Klassen G

PURE DYNAMISCHE KRAFT

Die dynamischen Range Rover Sport ist Ihr ideales Begleiter – immer wieder dabei, sich neuen Herausforderungen zu stellen. Fahren Sie die Gelegenheit, Ihren neuen Range Rover Sport kennenzulernen und entdecken Sie, wie Sie ihn nach Ihren höchsten Ansprüchen individuell konfigurieren können.

KONTAKTIEREN SIE UNS

Land Rover

Handlungswahl kann unterschiedliche Auswirkungen haben. Die Angaben sind ohne Gewähr. Die Preise sind unverbindlich und können sich ändern. Bitte kontaktieren Sie Ihren Händler für weitere Informationen. Die Angaben sind ohne Gewähr. Die Preise sind unverbindlich und können sich ändern. Bitte kontaktieren Sie Ihren Händler für weitere Informationen.

FINANCIAL SERVICES

DEFENDER

Land Rover Financial Services, Postfach 10 02 45, 47002 Duisburg

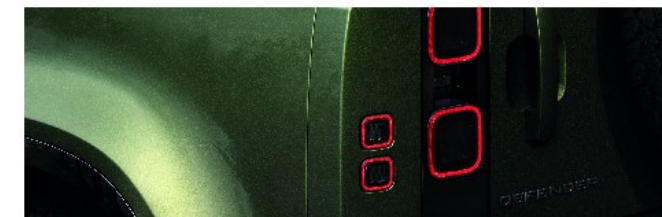
Land Rover Financial Services
Postfach 10 02 45 / 47002 Duisburg

Manfred Mustermann GmbH
Musterstraße 9
99999 Musterort

Kundenservice
Telefon: + 49 (0) 203 / 34 69 59 34
Mo - Fr: 8.00 - 18.00 Uhr
E-Mail: Leasing@LandroverFS.de

Duisburg, 02.11.2025

Ihre Vertragsnummer: 92294837
(Bitte bei Zahlungen und Schriftverkehr immer angeben)



STARTEN SIE IN EIN NEUES DEFENDER ABENTEUER

Sehr geehrte Damen und Herren,

Ihr Defender begleitet Sie nun schon seit geraumer Zeit durch den Alltag und bei Ihren Abenteuern.

Wir schätzen Ihre fortwährende Treue und möchten, dass Sie nicht nur die verbleibende Vertragslaufzeit genießen, sondern auch bereit sind für neue, unvergessliche Momente. Die Erinnerung an vergangene Expeditionen inspiriert Ihr nächstes Ziel. Mit dem Defender definieren Sie immer wieder neu, wie weit Sie kommen und was Sie erreichen können.

Auch wenn Ihr derzeitiger Leasingvertrag (Leasingvertragsnummer: 92294837, Kennzeichen: RO FS 289) am 02.11.2026 endet - Ihre Reise mit Defender muss hier nicht aufhören.



Über diesen QR-Code können Sie Ihren gewünschten neuen Defender zusammenstellen und direkt an Ihren Defender Partner weiterleiten. Dieser wird Ihnen gerne die Highlights und Features der neuen Modellgeneration vorstellen und eine Probefahrt anbieten.

Gemeinsam mit Ihnen freuen wir uns auf die Fortsetzung Ihrer Zeit mit Defender. Straßen enden. Abenteuer nicht.

Mit freundlichen Grüßen
Ihr Land Rover Financial Services Team

Dieses Schreiben wird maschinell erstellt und nicht unterschrieben.
BNP Paribas S.A. Niederlassung Deutschland verwendet die Marke Land Rover unter Lizenz von Jaguar Land Rover Limited, dem Eigentümer der Marken Jaguar und Land Rover.
Land Rover Financial Services - ein Service der Consono Finanz
Consono Finanz ist eine eingetragene Marke der BNP Paribas S.A., Niederlassung Deutschland
Sitz der BNP Paribas S.A. Niederlassung Deutschland: Rosenheimer Straße 1, 80606 München, 100000240000, 100-1800, DE191528079, www.consonofinanz.de
Sitz der BNP Paribas S.A., Niederlassung des Konzerns, 75001 Paris, Frankreich, Registergericht: R.C.S., France 632 042 497
Präsident du Conseil d'Administration (Präsident des Verwaltungsrates): Jean-Louis Lemaire, Directeur Général (Generaldirektor): Jean-Laurent Bonaldi

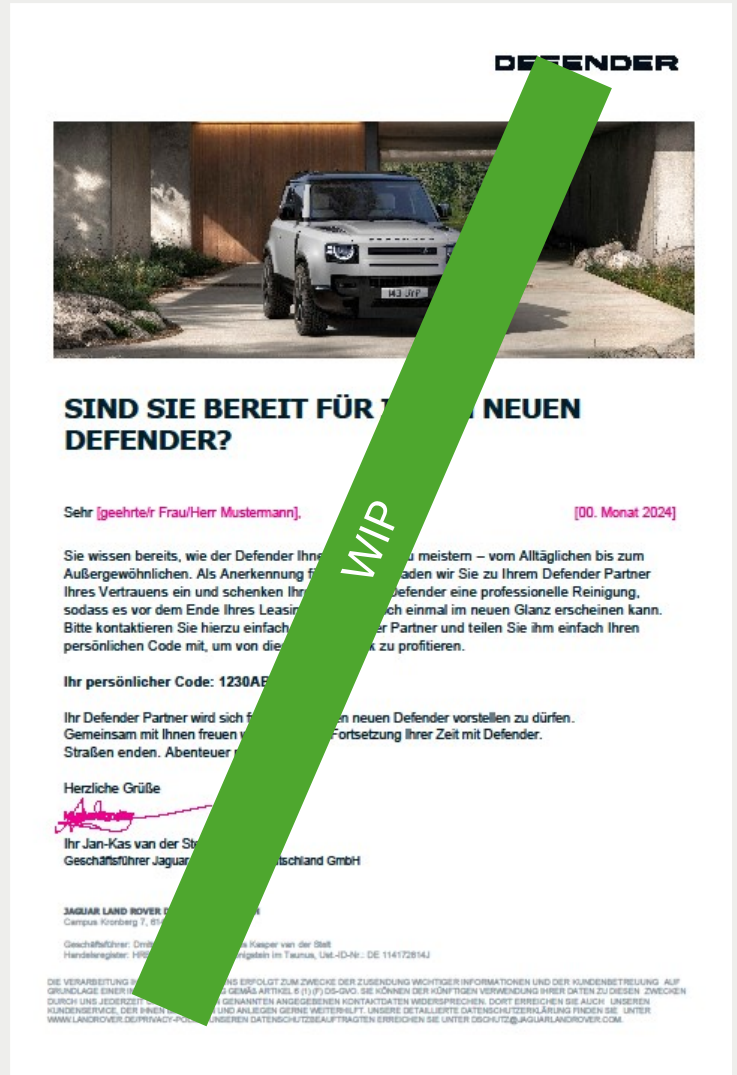
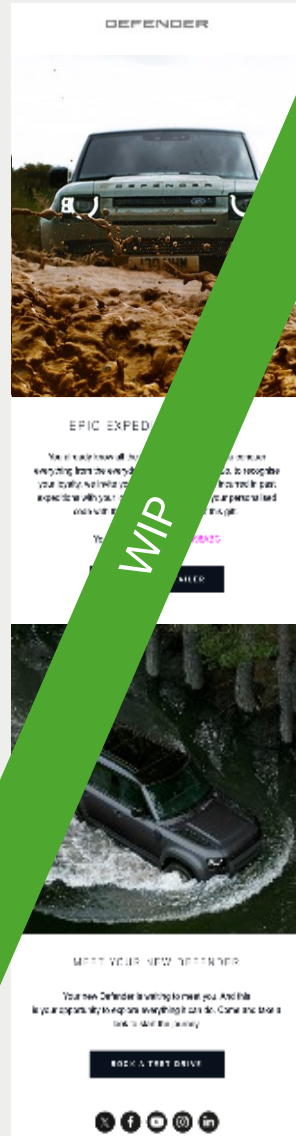
Phase 1: Marken-Kontakt ~12 Monate

- JLR eDM & BNPP Brief/eDM an Kunden
- Link zu Brand Landing Page
- Link/QR zum Konfigurator

IMPLEMENTIERUNG Phase 2

Phase 2: Händler-Kontakt ~6 Monate

- JLR eDM & BNPP-Brief/eDM and Kunden
- BNPP-Brief an Händler
- Nachfass-Prozess über Call Center & Händler
- Sm@rt Lead an Händler



IMPLEMENTIERUNG Phase 2

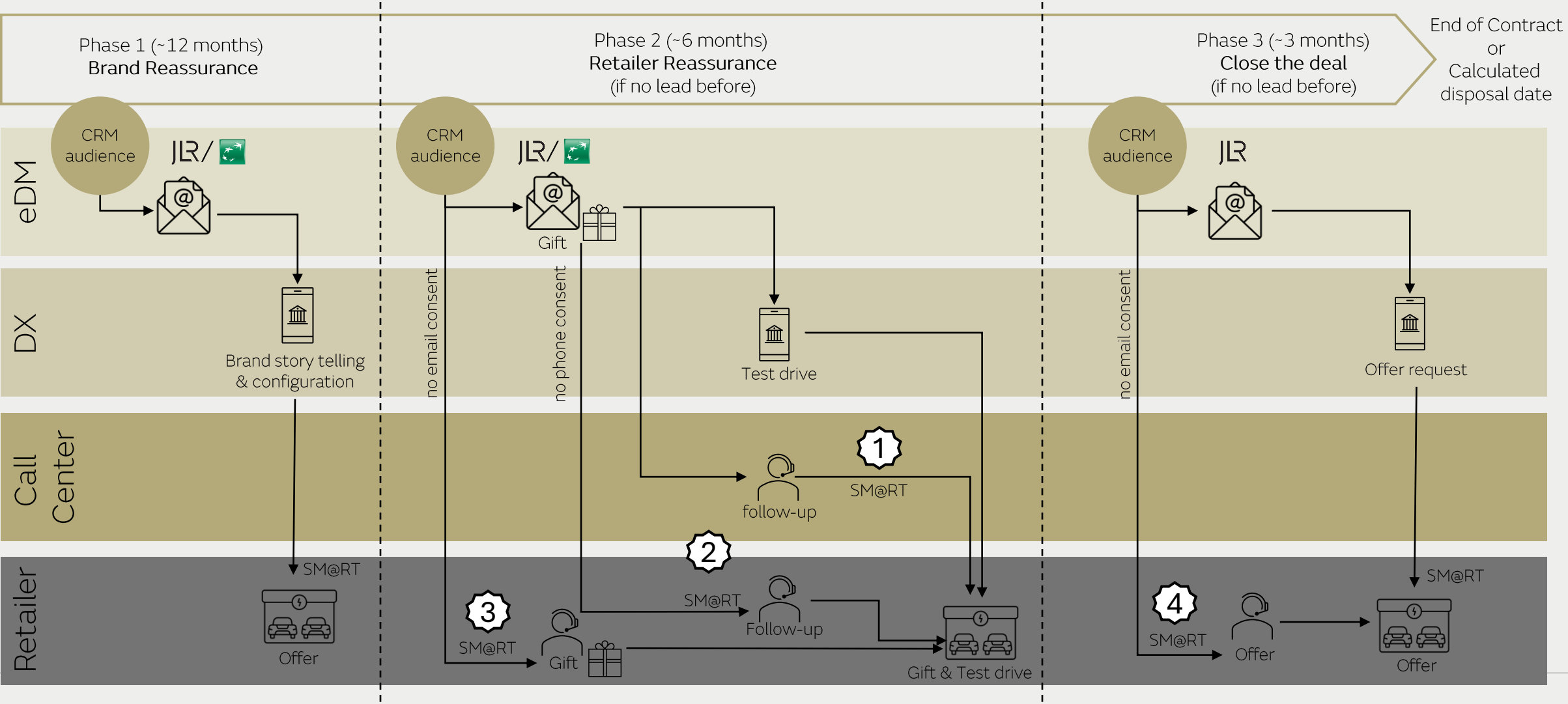
Phase 3: Angebot-Kommunikation ~3 Monate

- **JLR** eDM mit link zu Loyalitätsangeboten
- **Sm@rt** Lead an Händler

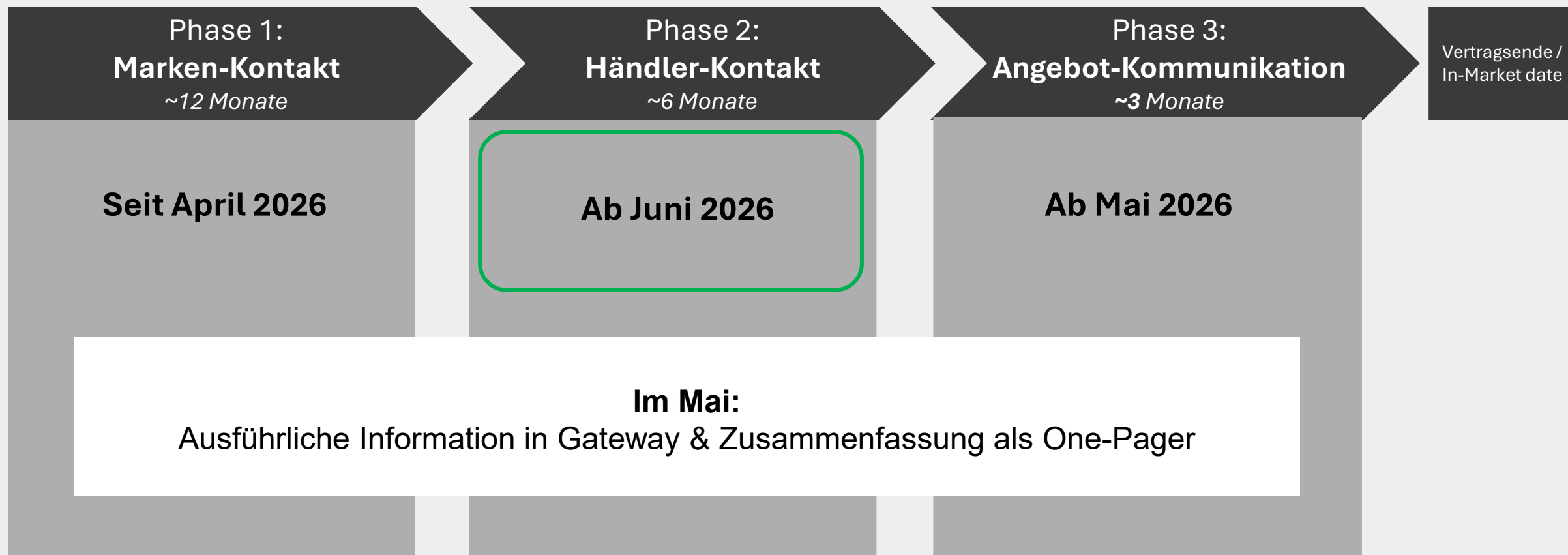
JLR



Prozessübersicht



ZEITPLAN zur Einführung



DANKE