

# Neues Preismodell: Alzura Tyre24 zieht positive Zwischenbilanz



Die B2B-Plattform Alzura Tyre24 zieht eine positive Zwischenbilanz ihres neuen Preismodells.

© Foto: Alzura AG

Bei der B2B-Plattform wurden im Juli vergangenen Jahres die Grundgebühren der kostenpflichtigen Accounts Basic- und Premium-Marketplace angepasst. Die Veränderungen werden von den Werkstätten gut angenommen.

---

noch keine Bewertung

**Datum:** 23.08.2023

**Autor:** asp

Im Juli vergangenen Jahres hatte [Alzura](#) Tyre24 die Grundgebühren für die beiden kostenpflichtigen Accounts "Basic- und [Premium](#) Marketplace Account" angepasst. In beiden Accounts entsprechen die Produktpreise aller Alzura-Anbieter ihren Direktvermarktungspreisen ohne weitere Aufschläge. Das neue Preismodell kommt bei den [Werkstätten](#) gut an, so das Fazit der B2B-Plattform nach einem Jahr.

Die Wichtigste neue Funktion sei die Sortierung nach dem günstigsten oder schnellsten [Lieferanten](#). "Für Werkstätten ist Verlässlichkeit ein wichtiger Faktor. Sie müssen dem Kunden eine verbindliche Aussage zu [Preis](#) und Liefertermin machen können. Wir haben hier ein strenges Qualitätsmanagement, um unsere Zusagen einzuhalten. Die [Werkstatt](#) kann zwischen dem günstigsten Preis oder der schnellsten Lieferung wählen. Vollständige Transparenz ist für uns sehr wichtig. Zum Beispiel listen wir bei der Suche die Großhändler auf, die anbieten. Wir garantieren, dass keine versteckten [Kosten](#) hinzukommen", erklärte Michael [Saitow](#), CEO und Gründer der Alzura AG, Betreiber der B2B-Plattform Alzura Tyre24.

Eine weitere Neuerung sei die Warenkorbfunktion mit dynamischem [Pricing](#) für den Produktbereich [Kfz-Ersatzteile](#). Mehrere Lieferanten im Warenkorb seien möglich. Händler können demnach den gesamten Warenkorb oder die Artikel eines bestimmten Lieferanten bestellen. Auch Expressartikel werden über den neuen Warenkorb abgewickelt, so Alzura.

Die Veränderungen würden von den Kunden sehr gut angenommen, auch wenn diesen anfangs einige skeptisch gegenüberstanden. "Aber auch diese Kunden konnten wir in den letzten Monaten mit verbesserten Funktionen und Vorteilen überzeugen", so Saitow. "So wurden beispielsweise die Preise für

verkaufsunterstützende [Produkte](#) wie Reifen-vor-Ort, Autoreparaturen.de sowie für die Shopsysteme deutlich gesenkt. Damit bieten wir den Händlern noch mehr Unterstützung bei der [Digitalisierung](#)."