

CRM-Suite für die Automobilindustrie

07.10.2015, 12:35 | Tourismus, Auto & Verkehr

Pressemitteilung von: *BHM Media Solutions GmbH*



CRM endlich auch in Deutschland angekommen

Die Märkte sind gesättigt und der Preis bestimmt nicht mehr ausschließlich den Kampf um die Gunst des Kunden. Freundlichkeit, Kompetenz, Zuverlässigkeit, Sauberkeit sind elementare Komponenten geworden, die ein Kunde am Point of Sale voraussetzt. Mit immenser Geschwindigkeit hat die deutsche Automobilhandelslandschaft reagiert, führte Qualitätsstandards ein, verpaßte den Autohäusern ein neues Aussehen gemäß „Corporate Identity“ Richtlinien und rief danach die Kunden an, um zu eruieren, ob man nun alles zur vollsten Zufriedenheit richtig gemacht habe. Nur dieses Nachtelefonieren von teuren teils semiprofessionellen Callcentern brachte so manchen Kunden langsam aber sicher auf die Palme. Das ursprünglich Gutgemeinte schlug dann gänzlich ins Negative um, als die Kunden gebeten wurden, in den Anrufen ihren Dienstleister mit „hervorragend“, „ausgezeichnet“ und „perfekt“ zu bewerten. Was für eine „Verschlimmbesserung“. Im ganzen Land regten sich die Stammtische der Nation über dieses lästige Nachtelefonieren auf.

Die Revolution des Kundenkontakts

„Ein erster zarter Versuch auf die Belange des Kunden besser einzugehen“, beruhigt der BMW Vertragshändler Tammo Kayser, der mit seiner Firmengruppe im niedersächsischen Oldenburg ansässig ist. Den Kunden grundsätzlich nach einer Dienstleistung zu kontaktieren ist ja nichts Neues. In jedem guten Hotel ist so etwas ja schon seit längerem Gang und Gäbe. Lange bevor die telefonische Kundennachfrage Pflichttür wurde, hatte Tammo Kayser in seinem Unternehmen bereits eine eigene Customer Relationship Abteilung (CRM). Zusammen mit seiner Ehefrau, die früher eine Kette von Reisebüros geleitet hat, entdeckten die beiden die Liebe zur professionellen Kundenbetreuung. In einem fünfköpfigen Team werden alle Kundenbelange negativer und positiver Natur gesammelt und abgearbeitet.

Und abgearbeitet heißt, dass Reklamationen nicht archiviert werden, sondern dass sie mit dem Kunden auch zu seiner Zufriedenheit erledigt werden. Da aus allen Abteilungen und allen Firmen zu allen Tageszeiten aber Kundenhinweise kamen, musste ein System her. Zusammen mit der BHM GROUP erarbeiteten Kayser ein cloudgestütztes PCV System für den Automobilhandel namens iFeedback® Automotive.

Integrierung von Feedbacks aus allen Quellen

Lob, Kritik und Anregungen gingen so nicht nur über den eigens geschaffenen digitalen Feedback-Kanal iFeedback® bei

den Kaysers ein. Durch die Verbindung mit bestehenden CRM-Kanälen wurden Feedbacks aus allen Quellen gesammelt, gebündelt und hierarchisiert. Der gesamte Bearbeitungsprozess vom Eingang des Feedbacks bis hin zur vollständigen Klärung eines Problems wird über ein Ticket-System im HelpDesk dokumentiert. Auf diese Weise kann sichergestellt werden, dass nicht nur kein Feedback mehr verloren geht, sondern auch genaue Anweisungen zum weiteren Vorgehen gegeben und Verantwortliche festgelegt werden können. Diese Digitalisierung des CRM bei der Freese Gruppe markierte einen wichtigen und zukunftsweisenden Schritt für die Kundenkommunikation in der Automobilindustrie.

Durch die Etablierung des Systems konnten bei der Freese Gruppe schon innerhalb weniger Monate Schwachstellen identifiziert und durch die direkte Kommunikation zum Kunden eine nachweislich höhere Kundenzufriedenheit erzielt werden. Auch eine schnellere und gezieltere Abarbeitung eingehender Beschwerden konnte erreicht werden.

Langfristige Optimierung des Kundenservices

Dass diese Feedbacks direkt tiefgreifende Verbesserungen der Servicequalität nach sich ziehen können, wurde bereits nach kurzer Zeit deutlich. Durch die Auswertung der über iFeedback® eingegangenen Feedbacks kristallisierte sich schnell heraus, dass eine stets erreichbare und flexible Möglichkeit zur Terminvereinbarung für die Kunden höchste Priorität hat. Gemeinsam mit der BHM GROUP wurde daraufhin auf das bereits bestehende iFeedback®-System aufsetzend eine App entwickelt, die den Kunden nicht nur die Abgabe von Feedback sondern auch eine digitale und flexible Terminvereinbarung jederzeit ermöglicht.

Diese Kombination des ganzheitlich kundenorientierten Konzepts der Kaysers zusammen mit dem technischen Know-How der BHM GROUP und ihrer langjährigen Erfahrung im Bereich der digitalen Kundenkommunikation schafft so eine einzigartige Plattform, die den Kundenservice in der Automobilindustrie maßgeblich modernisiert und Kunden noch mehr begeistert. Dieser Erfolg zeigt, dass es nur eine Frage der Zeit sein kann, bis auch weitere Automobilhändler die Anforderungen an ein modernes Customer Relationship Management erkennen und Feedbacksysteme wie iFeedback® Automotive auch als CRM-System integrieren.

Portrait

Über BHM Media Solutions

Die BHM Media Solutions GmbH konzipiert, entwickelt und vermarktet Medien- und Kommunikationslösungen. In enger Zusammenarbeit mit seinen Geschäftskunden implementiert das Unternehmen Branchenlösungen und stellt zudem den dazugehörigen Support bereit. Als Teil der BHM GROUP profitiert die BHM Media Solutions GmbH dabei von der Erfahrung und Expertise der verbundenen Unternehmen. Weitere Informationen zur BHM Media Solutions GmbH finden Sie unter www.bhmms.com.