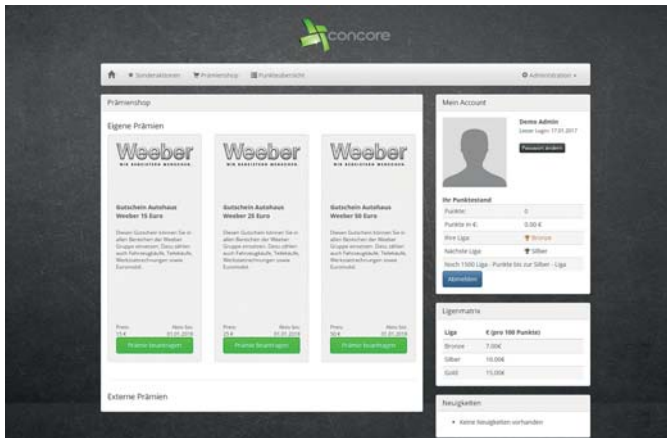


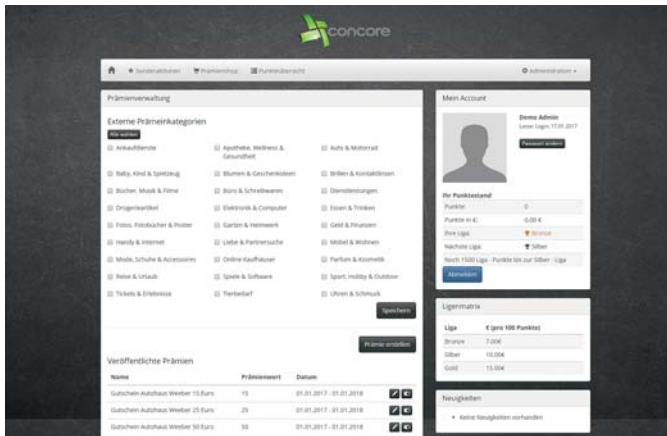
KUNDENBINDUNG

# Flexibel und digital

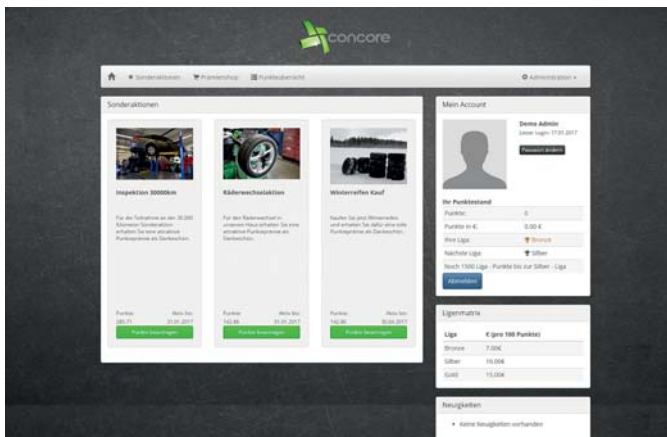
Das Autohaus Weeber in Weil der Stadt nutzt mit dem Kundenbindungsportal von Concore ein neues Instrument, um damit auf zeitgemäße Art seine Kunden besser an das eigene Haus binden zu können.



Der Prämienshop, ...



... die Prämienverwaltung ...



... und Sonderaktionen.

Bild: Concore

Bild: Concore

Bild: Concore

Seit Jahren hört es die Branche von allen Seiten: Kundenbindung ist das A und O, um den eigenen Betrieb fit für die Zukunft zu machen. Nur wie bindet ein Autohändler seine Kunden an sich? Welche Mittel muss er dafür einsetzen? Die Meinungen gehen darüber weit auseinander.

Andreas Weeber, geschäftsführender Gesellschafter der Autohaus-Weeber-Gruppe in Weil der Stadt, hat beschlossen, kein traditionelles Karten- oder Bonussystem zu nutzen. Er setzt auf ein digitales Portal, das ihm der Dienstleister Concore (www.concore.de) zur Verfügung stellt. „Dem Kunden noch eine

weitere Karte anzubieten, neben den vielen anderen, die er sowieso schon hat, kommt heute nicht mehr gut an. Wir haben daher ein digitales System gesucht, das sowohl für den Kunden wie auch für unsere Mitarbeiter leicht zu handhaben ist und uns größere Flexibilität ermöglicht, als die bekannten Kartensysteme“, erläutert der Unternehmer.

Fündig wurde Weeber bei der Firma Concore aus Sindelfingen mit ihrem Kundenbindungsportal KBP. Das webbasierte Programm zieht die jeweiligen Kundendaten und die Umsätze, die der Kunde im Autohaus tätigt, aus dem



Gekonnte Kundenbindungsmaßnahmen sind der Schlüssel für den zukünftigen Erfolg.

Dealer-Management-System des Händlers, wobei es kompatibel mit sämtlichen DMS ist. Die Daten liegen dann auf einem speziell gesicherten Server des Dienstleisters, der allen Anforderungen des Datenschutzes sowie den Vorgaben des BSI entspricht.

Im Programm sind die Leistungen des Autohauses im Service und im Teilegeschäft mit genau definierten Punktwerten verknüpft. Wenn nun ein Kunde mit seinem Wagen in der Werkstatt war oder Ersatz- oder Zubehörteile gekauft hat, verbucht das Programm automatisch den entsprechenden Punktwert auf dem Konto des Kunden.

Sowohl der Kunde als auch die berechtigten Autohausmitarbeiter können sich passwortgeschützt einwählen und die Punktstände online abrufen. Eine spezielle Bonuskarte ist damit überflüssig. Darüber hinaus ermöglicht das Programm dem Autohaus, mit seinen Kunden besser in Kontakt zu bleiben. So kann der Betrieb mit den Kunden, die im Kundenbindungportal gemeldet sind, direkt per E-Mail und Pushmeldungen kommunizieren und ihnen spezielle Angebote unter-

breiten, die über die Tank- und Wertgutscheine, die das Autohaus seinen Kunden normalerweise über das Portal anbietet, hinausgehen. Auch Kundenzufriedenheitsabfragen kann das Autohaus über das Portal abwickeln – ein wichtiges Element in Zeiten, in denen diese auch bei der Margenberechnung der Hersteller eine bedeutende Rolle spielen.

### Flexibel und schnell reagieren

Und sollte ein Kunde einmal mit dem Autohaus – aus was für Gründen auch immer – nicht zufrieden sein, kann der zuständige Mitarbeiter dem Kunden im KBP zusätzliche Punkte einbuchen. Das sorgt dafür, dass auch verärgerte Kunden schnell wieder zufrieden sind. Andreas Weeber lobt die Flexibilität, die ihm das Programm bietet: „Wir können minutenschnell auf die aktuelle Situation reagieren und unseren Kunden besondere Angebote unterbreiten.“

Die Installation und das tägliche Handling sind einfach: Die Firma Concore richtet den Zugang zum Server und die Schnittstelle zum jeweiligen Händler-DMS im Betrieb ein, und das Autohaus kann sofort loslegen. Das Programm legt die Kunden über die vom DMS gelieferten Datensätze vollautomatisch an, sofern diese vorher eine Teilnahmeerklärung im Autohaus unterzeichnet haben.

Für die Einrichtung berechnet Concore den Kfz-Betrieben eine einmalige Einrichtungsgebühr sowie eine monatliche Nutzungspauschale, die abhängig von den Werkstattdurchgängen ist.

„Für uns lohnt sich diese Investition“, resümiert Andreas Weeber. „Wir haben damit einen deutlich besseren Kontakt zu unseren Kunden und hoffen, sie damit langfristig stärker an unseren Betrieb binden zu können.“

JOACHIM VON MALTZAN

### NOCH FRAGEN?

**Joachim von Maltzan, Ressortleiter**



„Mit intelligenten Werkzeugen seine Kunden an das eigene Unternehmen zu binden, ist eine große Kunst. Schließlich kann das die Zukunftsfähigkeit eines Unternehmens entscheidend mit beeinflussen.“

☎ 0931/418-2751

✉ Joachim.vonMaltzan@vogel.de



Bild: © Jakub Jirsk/Fotolia.com