

CONCORE

Mitarbeiter motivieren, Kunden binden

Das Sindelfinger Unternehmen Concore präsentiert gleich zwei Onlineportale für Kfz-Betriebe: Das „Mitarbeiter-Motivations-Portal“ (MMP) und das „Kunden-Bindungs-Portal“ (KBP). Mit dem Mitarbeitermotivationsportal können die Führungskräfte ihre Mitarbeiter zu mehr Leistung anspornen, indem sie ganz individuelle Wettbewerbe ausloben. Die Mitarbeiter können sich mit einer PIN ins System einloggen und sehen auf einem Blick, welche Wettbewerbe gerade laufen und wie hoch ihr aktueller Punktestand ist. Die Punkte können die Mitarbeiter bei über 500 Prämienpartnern einlösen. Auf Wunsch kann ein Betrieb die erreichten Punkte aber auch direkt mit eigenen Prämien vergüten. Interessenten können bei Concore einen Demo-Zugang für das Mitarbeitermotivationsportal anfordern, das sich für alle Unternehmensgrößen eignet und sich nicht nur inhaltlich individualisieren, sondern auch optisch an die eigene CI anpassen lässt.



Bild: Concore

Über das Mitarbeitermotivationsportal kann ein Autohaus Wettbewerbe ausrufen.

Nach einem ähnlichen Prinzip funktioniert KBP. Mit dem selbsterklärenden Onlineportal können Autohäuser entweder ein ganz neues Kundenbindungsprogramm einführen und verwalten, oder ihr bestehendes an die neue neue Plattform anbinden. Die Daten werden dabei automatisch vom Dealer-Management-System impor-

tiert. Wie beim Mitarbeitermotivationsportal ist das hinterlegte Prämien-system auch bei diesem Programm individualisierbar. Über eine integrierte WhatsApp-Broadcast-Sendefunktion kann ein Autohaus seine Kunden auch über Push-Mitteilungen auf dem Smartphone erreichen.

JM

HALLE 2.0, E65

INCADEA

Digitale Verkaufsbegleitung



Bild: Incadea

Mit dem neuen Programm will Incadea die Verkaufsberater dabei unterstützen, das passende Auto für den Kunden zu finden.

Mit Dealer 4.0 stellt Incadea auf seinem Messestand eine neue Software vor, die den kompletten Verkaufsprozess im Handel digital begleiten soll - von der Konfiguration eines Fahrzeugs am heimischen PC über die digital gestützte Beratung im Autohaus bis hin zur Probefahrt und dem Abschluss des Kaufvertrags. Der zu Cox

Automotive gehörende Softwarespezialist stellt mit seinem neuen Autohauskonzept ein interaktives und personalisiertes Kundenerlebnis in Aussicht. Mithilfe von Big Data sollen es verschiedene Analyse- und Leadmanagement-Tools den Verkaufsberatern ermöglichen, ihren Kunden individualisierte Angebote zu unterbreiten. Ver-

schiedene Windows-10-Technologien sollen nicht nur einen Einblick in die virtuellen Kundeninteressen gewähren, Dealer 4.0 greift auch auf Telematikdaten in der Cloud zu, die einen Hinweis auf den Fahrstil eines Kunden geben. Ein Autohaus kann den Kunden anhand der Informationen z. B. ein angepasstes Versicherungsangebot unterbreiten. Auch im Showroom selbst verspricht Incadea einen ganz neuen digitalen Ansatz: Die Verkaufsberater werden unter anderem mit Tablets ausgerüstet, die mit einer intelligenten Kundenerkennungstechnologie ausgestattet sind und es ermöglichen sollen, sich digital mit den potenziellen Kunden zu verbinden. Erklärtes Ziel ist es, die Verkaufsberater dabei zu unterstützen, genau das passende Fahrzeug für den Kunden zu finden. Wann Dealer 4.0 schlüsselfertig für Händler und OEMs zur Verfügung steht, wird Incadea im Lauf der Automechanika bekanntgeben.

JM

HALLE 9.1, D06