

„Jeder Kontakt zählt“

Mit groß angelegten Kundenevents hat sich das Autohaus Kempen einen Namen gemacht. Dennoch zählen bei Kempen auch die Details – etwa wenn es darum geht, mit einer individuellen HU-Erinnerung Servicekunden zu binden.

Ein eigenes Oktoberfest mit 5.000 Gästen, Kundenevents auf dem Nürburgring oder ein GTI-Treffen: Großveranstaltungen gehören bei Kempen zur Kür. Dennoch verliert Geschäftsführer Ralph Kempen nicht den Blick für das Detail – denn auch das Pflichtprogramm muss stimmen: Dazu gehört die sorgfältige Kundenbindung im Service, um die sich unter anderem der TÜV Rheinland mit einem eigenen CRM-Tool kümmert.

Herr Kempen, worauf kommt es Ihnen beim Kundenkontakt an?

Vor rund 20 Jahren haben wir mit einer Tankstelle und einem Honda-Vertrag angefangen. Heute verkaufen wir mit den Marken VW, Audi, Seat, Skoda und VW Nutzfahrzeuge rund 1.800 Neu- und 1.200 Gebrauchtwagen im Jahr. Dieser Erfolg liegt auch daran, dass wir engen Kundenkontakt halten. Die besten Erfahrungen machen wir mit Events, die Spaß machen: So kommen wir ins Gespräch und die Kunden in unseren Betrieb. Aber ich sage auch: Die Hausaufgaben müssen gemacht sein. Gerade in der Werkstatt müssen Kontakte angebahnt werden, die die langen Zeiten zwischen den Serviceintervallen überbrücken.

CRM-Tool auf einen Blick

Das durch TÜV Card Services initiierte und betreute Kundenkontaktprogramm nutzt die während der HU gesammelten Daten als Basis für ein eigenes CRM-Tool.

- ✓ Pflege der Datenbank inkl. Adressvalidierung und Adressprüfung
- ✓ Webbasierte Software erlaubt Mailings und Datenselektionen
- ✓ Lettershop-Dienstleistungen
- ✓ Künftige Optionen: TÜV HelpCard mit Mobilitätsdienstleistungen wie TÜV Urlaubspannenschutz oder TÜV Unfallmanagement

Wie gehen Sie bei der Kundenkommunikation vor?

Wir suchen intensiv eigene Wege, um das Autohaus Kempen als Marke zu etablieren. Wir wollen die Kunden an den Betrieb binden, und nicht an die Automarke. Zu dieser Unabhängigkeit gehört auch, dass wir das CRM-Tool des TÜV Rheinland nutzen, um unsere Kunden gezielt an den nächsten HU-Termin zu erinnern.

CRM und der TÜV Rheinland, wie passt das zusammen?

Bei jedem HU-Kontakt hat der TÜV Rheinland die Chance, die Kundendaten zu aktualisieren. Das betrifft nicht nur die Adressdaten, sondern auch technische Details zum Fahrzeug. Mit dem CRM-Tool des TÜV Rheinland werden diese Kundeninformationen als gut gepflegte Datenbank zum Werkzeug. Die Datenqualität und Selektionsmöglichkeiten sind unschlagbar. Mit unseren eigenen Datensätzen bekommen wir das vergleichbar nur mit größtem Aufwand hin. Früher haben wir die HU-Erinnerung selbst verschickt. Neben dem Zeitaufwand für unsere Mitarbeiter hatten wir viele Fehlläufer. Wenn wir heute die automatisierte HU-Erinnerung des TÜV Rheinland nutzen, ist es schon viel, wenn wir von 100 Anschreiben fünf zurückbekommen.

Wie funktioniert das System genau?

Die Datenbank ist unabhängig von unserem Dealer Management System und wird von den TÜV Rheinland-Ingenieuren in Eigenregie gepflegt. Wir haben bei der Datenqualifizierung keinen Zusatzaufwand und verfügen gleichzeitig über eine Adressdatenbank, die exklusiv dem Autohaus Kempen gehört. Das CRM-Tool ist webbasiert und kann von jedem Arbeitsplatz mit Internetanschluss aufgerufen werden. Wir nutzen dieses Werkzeug als Ergänzung in unserem Marketing-Mix speziell für die Erinnerung an die HU. Sogar die Lettershop-Dienstleistung wird erledigt.

Der TÜV Rheinland erinnert also an „den TÜV“?

Ein Anschreiben mit dem Logo des TÜV Rheinland wird weniger als Werbung, sondern als „quasi amtlich“ gesehen. Der Stellenwert beim Kunden ist so hoch, dass wir sogar Anfragen erhalten, wenn einmal ein Schreiben ausbleibt. Von diesem Ruf des TÜV Rheinland profitieren wir.

TÜV Card Services GmbH

TÜV Rheinland Group

Thomas Krüger, Geschäftsführer

Leonhardstr. 16-18, 90443 Nürnberg

t.krueger@tuev-card.de

Tel. 0911 230 53-111, Fax 0911 230 53-611



Dirk Krause, Vertriebsmanager und regionaler Geschäftsfeldleiter Mobilität beim TÜV Rheinland, im Gespräch mit Ralph Kempen und der Marketingverantwortlichen Ulrike Radermacher.

Für Ralph Kempen, Geschäftsführer des Autohaus Kempen, ist der enge Kontakt zu seinen Kunden das Erfolgsrezept. Unter anderem nutzt er daher ein CRM-Tool des TÜV Rheinland zur Erinnerung an den nächsten HU-Termin.

„Mit dem CRM-Tool des TÜV Rheinland werden Kundeninformationen als gut gepflegte Datenbank zum Werkzeug. Datenqualität und Selektionsmöglichkeiten sind unschlagbar. Mit unseren eigenen Datensätzen bekommen wir das vergleichbar nur mit größtem Aufwand hin.“

Ralph Kempen, Geschäftsführer Autohaus Kempen GmbH

Wissen in sechs Folgen

- ✓ **Folge 1:** Interview mit Prof. Dr.-Ing. Jürgen Brauckmann, Vorstand Mobilität TÜV Rheinland
- ✓ **Folge 2: GW-Management**
Ausgabe 13, 06.07.2009
- ✓ **Folge 3: Marketing und CRM**
Ausgabe 14-15, 27.07.2009
- ✓ **Folge 4: Technische Prüfungen**
Ausgabe 19, 05.10.2009
- ✓ **Folge 5: Schadenhilfe**
Ausgabe 21, 09.11.2009
- ✓ **Folge 6: Serviceprozesse**
Ausgabe 23-24, 14.12.2009