



CRM

Zur richtigen Zeit beim richtigen Kunden ...

... mit der passenden Information. Und das auf dem gewünschten Kanal. Der Händler, der dies schafft, wird zukünftig mehr Autos verkaufen. Customer Relationship Management (CRM) kann hier helfen. Dennis Lehn, Senior CRM-Experte bei mobile.de, erklärt, was es damit auf sich hat und wie Autohändler CRM nutzen können.



» Ein gutes CRM-System ist eine langfristige Investition, die sich auszahlt. «

Dennis Lehn,
Senior CRM-Manager bei mobile.de

WAS GENAU BEDEUTET CRM?

CRM steht für Customer Relationship Management, also Kundenbeziehungsmanagement. Im Kern geht es darum, seinen Kunden zu kennen und gezielt über unterschiedliche Kanäle an ihn heranzutreten. Sowohl online als auch offline. Klassische Kanäle sind Briefversendungen und E-Mails, heute aber beispielsweise auch der Versand von SMS-Nachrichten oder die gezielte Steuerung des Social-Media-Feeds. CRM hilft dem Händler dabei, die Vielzahl an Kommunikationsformen zu koordinieren und gezielt mit relevanten Informationen die passenden Kunden anzusprechen. Das mag für Händler nach viel Aufwand klingen. Doch mit recht einfachen Mitteln lassen sich viele Prozesse automatisieren.

INWIEFERN PROFITIEREN AUTOHÄNDLER VON CRM?

Ein gut gepflegtes CRM-System sagt mir beispielsweise, in welchem Zeitraum sich ein Kunde wieder ein neues Auto anschaffen könnte. Außerdem, was er dafür auszugeben bereit ist und für welche Modelle er sich interessiert. Oder wann er zum nächsten Service muss. All diese Informationen sind hochrelevant für das eigene Geschäft.

Der Erfolg von CRM-Maßnahmen ist messbar und im Vergleich zu anderen Marketingaktivitäten wie Zeitungsannoncen deutlich günstiger. Händler können proaktiver, schneller und viel gezielter auf die Anforderungen ihrer Kunden reagieren – und genau das wird von den Kunden heute immer mehr erwartet. Je besser die Datenban-

ken gepflegt sind, desto individueller kann dabei auf die Vorlieben und Verhaltensweisen eingegangen werden. CRM-Systeme gibt es für Unternehmen jeder Größenordnung – auch schon für einen Kundenstamm von hundert oder weniger Kunden und maßgeschneidert für die Kommunikationsmaßnahmen des jeweiligen Händlers.

WIE KANN MAN DAS ALS HÄNDLER FÜR SICH UMSETZEN?

Hier empfiehlt mobile.de ein schrittweises Vorgehen:

1. Zunächst ist es wichtig, Kundendaten digital zu sichern. Das ist die Basis jeder Ansprache. Je detaillierter, desto besser. Achtung: Die Erlaubnis muss hier erst beim Kunden eingeholt werden.
2. Dann sollte sich der Händler gut überlegen, was er mit einem CRM-System erreichen möchte. Was will ich meinem Kunden mitteilen und welche Kanäle stehen mir dazu zur Verfügung? Beispielsweise neue Aktionen via Newsletter, die Glückwunschkarte per Post oder ein super Schnäppchen als SMS-Alert.
3. Mit dieser Basis kann sich der Händler anschließend online über Tools informieren oder sich direkt an einen Partner wenden, der sich auf CRM-Systeme spezialisiert hat. Dieser hilft bei der Umsetzung und Einführung.

Die Prozesse aufzusetzen mag zwar etwas Zeit kosten. Unsere Erfahrung zeigt aber: Ein gutes CRM-System ist eine langfristige Investition, die sich auszahlt.

WIE NUTZT MOBILE.DE CRM-SYSTEME?

Wir nutzen unser CRM-System sowohl für die Kommunikation mit unseren Privatkunden als auch zur Vertriebssteuerung und Kommunikation im Händlergeschäft. Das reicht von Glückwunsch-Mailings bis zur detaillierten Auswertung der Bestände unserer Händler, um Handlungsempfehlungen geben zu können.

6. AUTOHAUS/SANTANDER FLOTTENKUNDEN-FORUM

Impulse für das Großkundengeschäft

Das 6. AUTOHAUS/Santander Flottenkunden-Forum am 27. September in Wiesbaden fokussiert thematisch auf die Gewerbekunden als strategisch wichtige Zielgruppe für das Autohaus.

Der relevante Flottenmarkt hat in den letzten Jahren in Deutschland stetig an Bedeutung gewonnen. Damit sind Gewerbekunden für die Autohäuser zu einer wichtigen strategischen Umsatzsäule geworden. Eine zielgruppen-gerechte Kundenbetreuung ist dabei Voraussetzung für den Erfolg. Auf die spezifischen Anforderungen und Erfolgsfaktoren dieser Kundengruppe fokussiert am 27. September in Wiesbaden das 6. AUTOHAUS/Santander Flottenkunden-Forum. Unter der fachlichen Leitung von Jürgen Ohr, Geschäftsführer TRIAS GmbH, sowie AUTO-

HAUS-Chefredakteur Ralph M. Meunzel referieren dort namhafte Experten (siehe Fotos) unter anderem über diese Fragestellungen und Themengebiete:

- Wie lange boomt das Flottengeschäft noch?
- Wie sieht künftig die Servicebetreuung für Gewerbekunden aus?
- Autovermietung ist nicht gleich Autovermietung.
- Gewerbekunden erfolgreich gewinnen und loyalisieren.
- Großkundenbetreuung: Rechnet sich der Verkauf von Neuwagen?

FLOTTENKUNDEN-FORUM

Termin: 27. September 2017 (von 9.00 Uhr bis ca. 17.00 Uhr)

Ort: Hotel Dorint Pallas Wiesbaden, Auguste-Viktoria-Str. 15, 65185 Wiesbaden

Info+Anmeldung: autohaus.de/flottenkundenforum2017, Tel. +49 89 20 30 43-12 88, danuta.stefaniak@springernature.com

Mit freundlicher Unterstützung von



- So hat man Erfolg mit Full-Service-Leasing.
 - Immer auf der sicheren Seite: Schadenmanagement 4.0
 - Telematikbasierte Schadensteuerung
- Im Rahmen einer Podiumsdiskussion werden diese und weitere Erfolgsbausteine für das Geschäft mit den gewerblichen Kunden beleuchtet und weiter vertieft. Jeder Teilnehmer des 6. AUTOHAUS/Santander Flottenkunden-Forums kann so einen gut gefüllten Rucksack mit Impulsen für sein Flottengeschäft mit nach Hause nehmen. ra ■



Die Referenten beim 6. AUTOHAUS/Santander Flottenkunden-Forum:

- 1 Jan Beiten, Business Development Manager, Christoph Kroschke/Deutscher Auto Dienst
- 2 Manuel Drach, Verkaufsleiter für Großkunden und Behörden, Spindler GmbH
- 3 Susanne Eppacher, Lead Consultant Automotive, NTT Data Deutschland GmbH,
- 4 Michael Gergen, Account Manager International, Dataforce
- 5 Tim Kirsch, Leiter Team Schadenmanagement ARI Fleet
- 6 Henning Schick, Director Sales Europe, ARI Fleet
- 7 Rainer Schneider, Senior Managing Consultant, NTT Data Deutschland GmbH
- 8 Prof. Dr. Roland Vogt, Geschäftsführer, fleetcompetence Deutschland GmbH
- 9 Michael Walter, GF und Leiter Abteilung Fleet, Autohaus-Gruppe Geisser
- 10 Axel Zurhausen, Leiter Vertrieb Großkunden & Behörden, Volvo Car Germany GmbH
- 11 Jürgen Ohr, Geschäftsführer TRIAS GmbH
- 12 Ralph M. Meunzel, Chefredakteur AUTOHAUS