Ideas embedded GmbH
Hainstr. 11
61138 Niederdorfelden

Geschäftsprozess- / Marketingautomatisierung am Beispiel von einem Autohaus

1. Automatischer Vertrauensaufbau im Neukundengeschäft:

Beispiel 1: Herr Müller möchte einen Audi A6 kaufen und entscheidet sich spontan im Autohaus vorbei zu schauen, um sich von einem Verkäufer beraten zu lassen. Leider ist der Verkäufer derzeit selbst in einem Kundengespräch und kann sich nicht wie gewünscht um Herrn Müller „kümmern".
Der Verkäufer bietet Herrn Müller an, ihm Informationen zu seinem gewünschtem Audi, per Email zu schicken. Hierzu scannt der schlaue Verkäufer mit seinem Smartphone die Visitenkarte von Herrn Müller oder tippt Name und Emailadresse direkt in eine App. Zuletzt kommt das Stichwort (ein sogenannter „Tag") dazu, in diesem Fall „Audi A6", das System wertet diese Informationen aus und sendet vollautomatisch die gewünschten Informationen an Herrn Müller. Als Absender wird natürlich die Emailadresse des Verkäufers verwendet. Da es sich um einen dedizierten Emailserver handelt kommen 99,9% der Emails auch an und landen nicht im SPAM Ordner.
Nach einem Tag bekommt Herr Müller automatisch wieder eine Email wo der Verkäufer sich nach dem Erhalt der Informationen erkundet (Herr Müller denkt sie kommt vom Verkäufer und fühlt sich dadurch wertgeschätzt). In dieser zweiten Email bekommt Herr Müller ebenfalls die Möglichkeit einen Beratungstermin vollautomatisch Online bzw. über Smartphone zu buchen. Falls Herr Müller sich nach z.B. einer Woche nicht zu einem Termin eingetragen hat kann automatisch nachgefasst werden. Herr Müller hat sich mittlerweile zu einem Beratungstermin eingetragen. Ein Tag vor dem Termin wird automatisch eine Erinnerung per Email und/oder SMS versendet.

Beispiel 2: Herr Schmidt fährt an einem Sonntag am Autohaus vorbei und möchte sich den schicken Golf anschauen der auf dem Parkplatz ausgestellt ist. Da Sonntag ist bekommt Herr Schmidt natürlich keine Beratung, hätte aber gerne mehr Informationen zu seinem Wunschauto. Hinter der Scheibe entdeckt er einen Hinweis „Senden sie eine SMS wie folgt: „Golf_IhreEmailadresse@IhreDomain.de" an folgende Nummer: 017712345678" sobald Herr Schmidt die SMS abgeschickt hat bekommt er eine Email mit Informationen zu seinem Wunschauto. Anschließend kann ein Vertrauensaufbau / Nachfassung wie in Beispiel 1 erfolgen.

-> *Vorteile:* Der Verkäufer hat einen minimalen Aufwand. Der Kunde fühlt sich durch die direkte Ansprache Wertgeschätzt und abgeholt. Zu dem geht kein Kunde „verloren" da immer wieder automatisch nachgefasst werden kann. Die Automatisierung ist beliebig erweiterbar, die Möglichkeiten sind fast unendlich. Das System kann sogar auswerten ob und wann ein Kunde eine Email öffnet. Hier wäre es denkbar das der Verkäufer eine SMS mit den Kontaktdaten des Kunden bekommt in diesem Moment wo der Kunde eine Email z.B. ein Angebot öffnet und so den optimalen Moment erwischt um mit dem Kunden darüber zu reden. Messbare Umsatzsteigerung!!

2. Vertrauensaufbau bei Bestandskunden:

Beispiel1: Herr Prinz ist ein langjähriger Leasing Kunde, im System ist das Ablauf Datum seines Leasingvertrages hinterlegt. Sechs Monate vor Ablauf des Leasingvertrages schickt das System vollautomatisch eine Erinnerung mit den neusten Informationen zu Fahrzeugen, Leasingangeboten etc. Absender ist auch hier der Verkäufer seines Vertrauens, er kann den Unterschied nicht erkennen.
Nach einer Weile wird Herr Prinz wieder angeschrieben um ihn zu einem Beratungsgespräch einzuladen, Herr Prinz kann sich dazu online oder Mobil einen Termin wählen. Falls nach einer bestimmten Zeit keine Eintragung zu einem Termin erfolgt, bekommt der Verkäufer eine Email und/oder eine SMS mit den Kundendaten von Herrn Prinz (Name, Telefonnummer, Ablauf Leasingdatum,....) mit Aufforderung dem Kunden hinterher zu telefonieren.

Beispiel 2: Frau Klaus, kommt zweimal im Jahr zum Autohaus zum Reifenwechseln (Winter/Sommer) weil alle Kunden immer bis zum eintreffendem Schneefall warten besteht jedes Jahr lange Wartezeit worüber sich Frau Klaus jedes Jahr ärgert. Das Autohaus hat dies erkannt und bietet allen Reifeneinlagerungskunden einen Sonderrabatt an, wenn diese bereits im Oktober die Reifen wechseln lassen. Eine Emailautomation wird aufgesetzt und läuft jedes Jahr automatisch durch, es besteht kein Handlungsbedarf mehr. Zudem bekommt jeder Reifenkunde die Möglichkeit sich online oder Mobil einen Termin zu buchen. Einen Tag vor dem Termin wird der Kunde per Email und /oder SMS an den Termin erinnert.

-> *Vorteile:* Es besteht kein organisatorischer Aufwand für Verkäufer oder Werkstatt, das System läuft voll automatisch. Es geht kein Kunde vergessen! Der Kunde fühlt sich wertgeschätzt, es wird sich um Ihn gekümmert.

3. Online Terminplanung für Werkstatttermine:
Beispiel: Herr Becker bekommt auf seinem Display „Service“ angezeigt. Er brauch nun zeitnah einen Werkstatt Service Termin. Hierzu bucht er sich einfach online oder Mobil einen Termin. Zeitnah vor dem Termin wird Herr Becker per Mail und / oder SMS oder wenn gewünscht sogar per „Postkarte“ an den Termin erinnert.

Vorteil: Volle Flexibilität für den Kunden, keine Arbeit in der Organisation von Werkstatt Terminen von Seiten des Autohauses.

4. Automatisierung des Bewerbungsprozesses:
Beispiel: Jedes Jahr erhält das Autohaus eine Vielzahl von Bewerbungen. Pro Bewerbung werden im Schnitt etwa 30 Minuten Zeit aufgewendet (Eingangsbestätigung, Mitteilung das sich die Bewerbung noch in Bearbeitung befindet, angebrachte Absage oder Einladung zum Vorstellungtermin). Die Terminplanung ist ebenfalls automatisch, wie oben beschrieben, möglich. Bei 500 Bewerbern ergibt dies einen zeitlichen Aufwand von 250 Stunden. Das Autohaus hat entschieden den gesamten Bewerberprozess zu automatisieren. Dadurch wird die Personalabteilung stark entlastet. Es bleibt nur die Bewerbungen zu sichten und anschließend mit nur einem Klick auf „ablehnen“ oder „einladen“ zu klicken. Die komplette Korrespondenz erfolgt nun automatisch.

Vorteil: Entlastung der Personalabteilung, Keine Anrufe der Bewerber da sie über den ganzen Zeitraum über den Stand der Bewerbung informiert werden. Es geht kein Bewerber „vergessen“.

Dieses Whitepaper soll einen Einblick vermitteln welche Möglichkeiten die Automatisierung bietet. Grenzen gibt es fast keine. Sagen sie uns wo Ihr Schuh drückt, welche wiederholenden Abläufe kosten Sie unnötig Zeit und Nerven? Sprechen Sie mit uns, und der Digitalisierung in Ihrem Unternehmen steht nichts mehr im Weg.

Mit freundlichen Grüßen

Stefan Pusch
(Geschäftsführer)

Telefon: 0160/90 60 91 96
E-Mail: s.pusch@ideas-embedded.de