



ERREICHBARKEIT

# Ein Support, der Umsatz bringt

Um die Aftersales-Kunden professionell zu betreuen, setzt das VW Zentrum Aachen auf die Kundendialog-Dienstleistung von global office. Serviceleiter Alois Herrmann erzählt, warum.

Zwei leicht zu beseitigende Ärgernisse stören Servicekunden unheimlich: ein zu voller Parkplatz und eine schlechte telefonische Erreichbarkeit. „Da kann die Qualität des Servicebetriebs dann noch so gut sein“, berichtet Alois

Herrmann, Serviceleiter des Volkswagen Zentrums Aachen, das zur 16 Standorte großen Jacobs-Gruppe gehört.

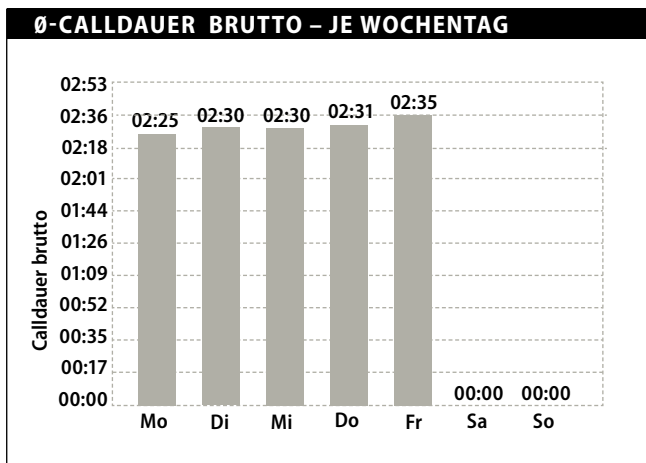
Herrmann wollte Letzteres nicht länger hinnehmen und das vorhandene Potenzial im Aachener Marktgebiet verschenken.

Deshalb setzt er seit einem Jahr an drei Standorten auf die Kundendialog-Dienstleistung von global office aus Montabaur. Rund 850 sogenannte Calls nimmt der Dienstleister monatlich für das Volkswagen Zentrum Aachen entgegen. Unterm Strich ergibt das etwa 2.500 Minuten Telefonkontakt mit den Jacobs-Kunden, die größtenteils Servicetermine vereinbaren möchten. Die Quote für Terminvereinbarungen liege bei weit über 60 Prozent, erzählt Serviceleiter Herrmann. Aber auch technische Themen oder die Frage, ob das Fahrzeug schon fertig sei, wollen die Kunden geklärt haben – und greifen zum Hörer.

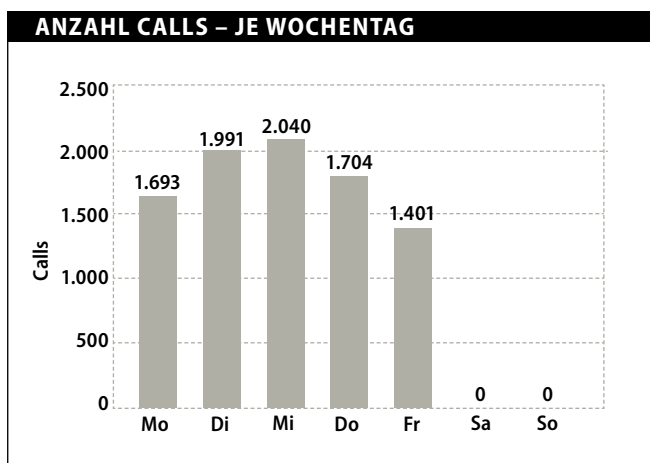
Entlastung der Mitarbeiter

Damit das Telefon dann in Aachen nicht lange klingelt und die Kunden entnervt auflegen, übernimmt das speziell geschulte Team des Dienstleisters. „Das ist eine Top-Unterstützung im Tagesgeschäft“, so Herrmann über die Entlastung. „Man muss positiv festhalten: Für die Mitarbeiter ist das ein absolutes Plus.“ Ein Plus, das vom Aachener Team sehr geschätzt werde. Gerne weist der Dienstleister im Rahmen des Erreichbarkeitsdienstes auch auf das anstehende Sommerfest hin oder teilt die Öffnungszeiten des Volkswagen Zentrums mit.

„Das Thema Erreichbarkeit ist bei den Unternehmern ein schwarzes Loch“, betont Erik Krömer. Viele hätten dafür nur ein Gefühl, ergänzt der Gründer und Geschäftsführer von global office. Und dieses Gefühl kann Krömer mit harten Fakten belegen oder aus der Welt räumen. „global office stellt uns jede Kennzahl zur Verfü-



Autohausunternehmer können dank des IT-Tools von global office wichtige Informationen wie die durchschnittliche Anrufdauer ...



... oder die Anzahl der Anrufe – beides auf den Wochentag bezogen – abrufen und daraus die richtigen Schlüsse ziehen.

Fotos: bluestudio/fotolia, global office, Jacobs, Grafiken: global office



„Das Thema Erreichbarkeit ist bei den Unternehmern ein schwarzes Loch“, betont Erik Krömer, Geschäftsführer von global office.



„Der Dienstleister stellt uns jede Kennzahl zur Verfügung“, sagt Alois Herrmann, Serviceleiter des Volkswagen Zentrums Aachen.

gung“, sagt Serviceleiter Herrmann. Beispielsweise weiß er heute, dass in den drei Standorten der Dienstag der speziellste Tag in der Woche ist und es somit die meisten Anfragen gibt. Dieses Faktum hilft ihm nun bei der besseren Planung und Steuerung des Servicegeschäfts.

Dabei richtet sich die Rechnungssumme für die Kundendialog-Dienstleistung immer nach dem tatsächlichen Bedarf. „Der Autohausunternehmer kann jede Sekunde nachvollziehen“, so Krömer.

### Persönliche Telefonannahme

Neben Autohändlern finden sich auch Hoteliers, Gastronomen oder Reiseveranstalter in der Kundenkartei. „Unser Unternehmen gehört inzwischen zu den besten Adressen als Dienstleister für Erreichbarkeitsservice in Deutschland und Österreich“, freut sich Krömer. „Unsere zufriedenen Kunden empfehlen uns weiter und schätzen besonders unser hohes Servicelevel.“ Man biete keine anonyme, unper-

sönliche Anrufweiterleitung, sondern eine persönliche wie engagierte Annahme der eingehenden Anrufe.

Für die Jacobs-Gruppe war noch ein wichtiger Punkt ausschlaggebend: die Autohandelskompetenz. Herrmann empfiehlt diesbezüglich, ab und an selber im eigenen Betrieb anzurufen, um den Dienstleister zu testen. In seinem Fall kann er nur Gutes berichten. „Das sind Profis im Kfz-Bereich.“ Kein Wunder, startete das Unternehmen im Jahr 2008 gleich mit Ford Deutschland und dem Ford-Händlerverband als Auftraggeber. Krömer erinnert sich: „Das war der Rückenwind!“

Doch wie läuft der Beginn eines Kundenprojekts nun konkret ab? Nach den Gesprächen mit dem Autohauschef und dessen Mitarbeitern richtet der Dienstleister die webbasierten Features sowie die Schnittstellen zu CRM-Systemen, Kalendern und Auswertungstools an den Zielen und Wünschen des Kfz-Betriebs aus – und bespricht die Betreuung vor Ort, eigenen Angaben zufolge der USP des Unternehmens. „Wir bringen die Erfahrungen aus mehr als 800 erfolgreichen Projekten ein“, erklärt Krömer.

Eines davon ist das Volkswagen Zentrum Aachen, das mit seinem eigenen Kundenstamm effizient arbeiten möchte. „Wir wollen wachsen“, sagt Herrmann. Das geht natürlich mit zufriedenen Kunden deutlich leichter.

Patrick Neumann ■

### KURZFASSUNG

Serviceleiter Alois Herrmann setzt seit einem Jahr an drei Standorten auf die Kundendialog-Dienstleistung von global office aus Montabaur. Rund 850 Anrufe nimmt der Dienstleister monatlich für das Volkswagen Zentrum Aachen entgegen. Unterm Strich ergibt das etwa 2.500 Minuten Telefonkontakt mit den Jacobs-Kunden.