

Dem **Lead** auf der Spur

SERVICECENTER – Bei der Rittersbacher-Gruppe geht kein Anruf mehr verloren. VON KAROLINA ORDYNIEC

LESEN SIE HIER...

... warum die Rittersbacher-Gruppe ein Servicecenter mit der Entgegennahme von überlaufenden Anrufen beauftragt und welchen Mehrwert sie davon hat.

Wie viele Kundenanfragen gehen täglich im Autohaus ein? Wer kümmert sich darum? Wie werden die Anfragen beantwortet? Und: wie schnell reagieren die Verkäufer und wie viele Anfragen gehen verloren? Diese Fragen stellte sich schon vor einigen Jahren Jens Hill, Teamleiter Gebrauchtwagen bei der Autohausgruppe Rittersbacher im Saar-Pfalz-Gebiet. An sieben Standorten vertreibt die in dritter Generation geführte Gruppe die Marken VW, VW Nutzfahrzeuge, Skoda, Audi, Porsche und Kia und feiert in diesem Jahr 90-jähriges Firmenjubiläum.

Fokus auf die Leads gelegt

Jens Hill ist zuständig für sämtliche Themen rund um den Gebrauchtwagenverkauf der Marken Audi und VW am Hauptsitz in Kaiserslautern. Verkauft werden hier ca. 1.300 Gebrauchtwagen im Jahr. „Schon vor einigen Jahren hatten wir uns bei Rittersbacher das Thema Leadmanagement auf die Fahnen geschrieben“, sagt der GW-Experte. „Deswegen ent-



schieden wir uns schon vor einigen Jahren dafür, ein IT-System hierfür einzuführen.“ Die Wahl fiel auf das System autocrm von der Firma Imago, mit dem Kundenanfragen sowohl manuell verteilt als auch automatisiert in einen Anfragenpool weitergeleitet werden, auf den die Verkäufer direkten Zugriff haben. „Die Verkäufer erkennen gleich an der Rufnummer, ob eine Anfrage über Autoscout24 oder mobile.de reingekommen ist und um welches Modell es sich handelt. Denn die Telefonnummer des online inserierten Gebrauchtwagens ist gleichzeitig die direkte Durchwahl in die Gebrauchtwagenabteilung des Autohauses. Das vereinfacht die Zuordnung der Anfrage und ermöglicht eine einfache und schnelle Beantwortung per E-Mail oder Telefon ungemain“, sagt Hill. Zunächst herrscht für alle unsere Verkäufer Chancengleichheit“, erklärt der GW-Experte weiter. „Konkret heißt das, dass jeder Verkäufer Zugriff hat auf den Anfragenpool und sich die Anfragen raussuchen und möglichst schnell beantworten kann. Ich sensibilisiere mein Team darauf, die Anfragen innerhalb von drei Stunden

zu bearbeiten und dem potenziellen Käufer eine Rückmeldung zu geben.“

Kein Anruf geht verloren

Was aber passiert mit den Anrufen, die nicht angenommen werden? Auch hierfür hat die Rittersbacher-Gruppe eine Lösung gefunden. „Sollte nach dreimaligem Anklingeln kein Verkäufer abheben, weil er gerade in einem anderen Kundengespräch ist oder auf dem GW-Platz, oder aber der Kunde außerhalb unserer Geschäftszeiten anruft, wird der Anruf weitergeleitet an das externe Servicecenter von der Firma Global Office“, erläutert der GW-Leiter. Dort meldet sich dann ein/e Telefonist/in im Namen des Autohauses und nimmt das Anliegen des Kunden auf. Das wird dann im nächsten Schritt als Gesprächsnotiz im System vermerkt und als sog. Lead über eine entsprechende Schnittstelle ins autocrm übertragen, so dass die Verkäufer im Autohaus die Anfrage kurz darauf im System sehen und sie abarbeiten können. Die Status der Anfragen sind jederzeit einsehbar und der Teamleiter kann auch bereits abgeschlossene Vorgänge neu aufrufen

KURZFASSUNG

Die Autohausgruppe Rittersbacher nutzt seit 2008 das Leadmanagementsystem autocrm und die Leistungen des Servicecenters von Global Office für Anrufe, die überlaufen, d. h. gerade von den Mitarbeitern im Autohaus nicht entgegengenommen werden können. Im Servicecenter werden die Anrufe angenommen und eine entsprechende Gesprächsnotiz nach dem Telefonat direkt ins autocrm übergeschickt, so dass den Verkäufern alle Infos zum Kunden und angefragtem Fahrzeug vorliegen. Aus den ehemals verloren gegangenen Anrufen und im Servicecenter bearbeiteten Leads konnte die Rittersbacher-Gruppe bereits 20 Prozent in Verkäufe umwandeln.

fen und genau sehen, wie sie abgeschlossen wurden. Auch die Anrufzeit und Gesprächsdauer ist einsehbar, bei Bedarf per Knopfdruck als Grafik. „Nicht immer hat der Verkäufer mit den am schnellsten abgeschlossenen Vorgängen tatsächlich die meisten Verkäufe getätigt“, sagt Hill. Oft sei es so, dass der Mitarbeiter, bei dem die Vorgänge länger dauern, auch derjenige sei, bei dem es zum Schluss zu einem Verkauf kommt. „Er bleibt dran, hakt nach und kümmert sich intensiver um den Kunden“, bestätigt der GW-Leiter.

Erheblicher Mehrumsatz möglich

„Früher sind Anrufe, die nicht entgegengenommen werden konnten, durch den Kamin geraucht. Jetzt geht uns kein einziger Anruf mehr verloren“, unterstreicht Hill. Dass durch den Überlauf der Anrufe ein erheblicher Mehrumsatz erzielt werden konnte, erklärt Dominik Graf, Inhaber des Global Office Standorts in Frankfurt am Main. „Wir haben ein komplettes Quartal mit Hilfe von autocrm ausgewertet, um den durch unsere angenommenen Anrufe erwirtschafteten Mehrumsatz zu ermitteln. Innerhalb des Quartals haben unsere Telefonisten 338 Anrufe entgegengenommen, mit einer

Erreichbarkeitsquote von 96,85 Prozent. Die Kosten für unseren Service beliefen sich hier auf exakt 1.136,44 Euro. Aus den Anrufen, die durch uns angenommen wurden, sind 41 Verkäufe entstanden, das macht eine Quote von 12,13 Prozent. Berechnet an einem durchschnittlichen Branchenumsatz von 12.500 Euro pro Fahrzeug und einer Umsatzrendite von ca. 800 pro Auto, liegt der Return of Investment für das Autohaus bei 31.663,56 Euro“, führt Graf weiter aus. „Bei so einer Ersparnis wundere ich mich, dass es tatsächlich noch Kollegen gibt, die ihr Leadmanagement mit zeitraubenden und umständlichen Exceltabellen betreiben“, sagt Hill.

Dadurch, dass die Leads direkt ins autocrm reingespielt werden, braucht der Verkäufer auch nur diese eine Maske aufzurufen. Je einfacher es dem Verkäufer gemacht wird, desto häufiger nutzt er das System, ist Jens Hill sich sicher. Auch die intuitive Benutzeroberfläche soll erheblich dazu beitragen, dass die Verkäufer das System rege nutzen.

Preisgarantie bis Ende 2015

Jens Hill möchte auf das Dienstleistungsangebot von Global Office nicht mehr



Dominik Graf (l.), Inhaber Global Office Frankfurt, und Jens Hill, Leiter Gebrauchtwagen bei der Rittersbacher-Gruppe

verzichten. „Im letzten Quartal lag die Quote der Verkäufe, die aus den entgegengenommenen Anrufen resultierten, sogar bei 20 Prozent“, betont er. „Die Nutzung des Servicecenters lohnt auf jeden Fall“, sagt er abschließend.

Die Kostenstruktur bei Global Office ist übersichtlich. Zur Verfügung stehen zwei verschiedene Grundtarife, basic und profi, die sich an den Kundenanforderungen orientieren. Die Abrechnung erfolgt sekundengenau und bis Ende 2015 bietet Global Office eine Preisgarantie. „Es wird ja jetzt bald in der Servicecenterbranche der Mindestlohn eingeführt. Wir rechnen sehr stark damit, dass im neuen Jahr einige Anbieter mit ihren Preisen steigen werden“, sagt Dominik Graf. „Aus diesem Grund bieten wir pro aktiv diese Garantie an.“ ■

Mit Global Office sind monatliche Auswertungen möglich, wie u. a. die Anzahl der Anrufe und die grundsätzliche Erreichbarkeit (s. Musterbeispiel unten) und die Anzahl der Anrufe je nach Wochentag (Musterbeispiel links).

