

LEADMANAGEMENT

Digitales Vergissmeinnicht

Die Skoda- und Toyota-Autohäuser wollen mit einer neuen CRM- und Leadmanagementsoftware den Kundenkontakt professionalisieren und die Reaktionszeiten senken. Dazu greift das System auch auf künstliche Intelligenz zurück.

Bei der Entwicklung seiner CRM- und Leadmanagementsoftware hatte das deutsch-dänische IT-Unternehmen Loyalty Factory eine Vision: ein webbasiertes Programm zu entwickeln, das mithilfe künstlicher Intelligenz die komplexen Verkaufsprozesse im Autohandel flexibel abbildet und das gleichzeitig so intuitiv ist, dass die Anwender nicht geschult werden müssen.

„Die Akzeptanz der User ist entscheidend, wenn man sie effektiv an die

digitale Welt heranführen will“, erklärt Gerd Wickleder, Partner und Chief Data Officer bei Loyalty Factory. Die Software Easi'r nimmt den Anwender gewissermaßen virtuell an die Hand und begleitet ihn Schritt für Schritt durch die verschiedenen Prozessschritte im Vertrieb – vom Aufschlagen eines Leads bis hin zum Abschluss eines Kaufvertrags.

Das Entwicklungsergebnis hat schon mehrere Automobilhersteller so überzeugt, dass sie die Software flächende-

ckend in ihren Händlerbetrieben eingeführt haben. In der Summe arbeiten nach Angaben von Loyalty Factory rund 1.000 Autohäuser in Deutschland mit dem Programm, und mehrere Hundert kommen jetzt neu hinzu: Toyota führt das Programm bei seinen Händlern ein, um die Geschwindigkeit und die Qualität der Leadbearbeitung zu steigern.

Ebenfalls flächendeckend im Einsatz ist das Programm bei den Skoda-Vertriebspartnern. Einer davon ist das Chemnitzer Skoda-Autohaus Auto-Point, das insgesamt vier Filialen hat und jährlich 850 Neu- sowie gut 250 Gebrauchtwagen vermarktet. Das Unternehmen, das Teil der AHC-Gruppe ist, fungierte als Pilothändler für das Programm, das in der Skoda-Welt Clever Lead heißt.

Umwandlungsquote ist deutlich gestiegen

Ein gutes Dreivierteljahr nach der Einführung habe sich vieles zum Positiven verändert, sagt Verkaufsleiter Jens Tröger: „Die Umwandlungsquote ist seitdem bei unseren zehn Verkäufern durchgängig um 15 bis 20 Prozent gestiegen“, erzählt er.

In den Autohäusern fungiert die Software als zentrales System, in das Leads aus den unterschiedlichsten Quellen hineinfließen – von der Neuwagenkonfiguration oder der Probefahrtanfrage auf der Skoda-Webseite über Kundenkontakte, die vom Skoda-Callcenter stammen, bis hin zu Leads, die das Autohaus selbst generiert. Egal ob es sich um die Anforderung einer Broschüre oder einen Beratungswunsch handelt, das Programm legt zu jedem Lead automatisch einen Vorgang an.

Anhand jeder Aufgabe, die der Verkäufer im von Skoda festgelegten Verkaufsprozess erledigt hat, errechnet das System die Erfolgchance für das jeweilige Geschäft. Ein Wiedervorlage-



Bild: Mauritz

Mithilfe der CRM- und Leadmanagementsoftware Clever Lead spart Christian Härtel (re.) viel Zeit, die er für den direkten Kundenkontakt nutzen kann.

system, das jedem Verkäufer Tag für Tag die anstehenden und überfälligen Aufgaben anzeigt, verhindert, dass Leads unbearbeitet liegen bleiben. Sie bleiben so lange im System, bis der Kaufvertrag unterzeichnet ist oder ein Kaufinteressent endgültig absagt.

Praktisch für die Nutzer ist auch, dass sie in Clever Lead alle für den Verkaufsprozess relevanten Dokumente abrufen können, wie Angebotsanschriften oder Probefahrtvereinbarungen. Ein Verkäufer kann direkt aus dem System vorkonfigurierte E-Mails an Kunden oder Mitarbeiter versenden sowie Briefe – und zwar herstellerekonform und auf Wunsch sogar automatisiert, um die Mitarbeiter von der Kontaktarbeit zu entlasten. Ein Autohaus hat dabei auch die Möglichkeit, individuelle Textvorlagen oder -bausteine zu hinterlegen, um beispielsweise auf spezielle Aktionen aufmerksam zu machen: „Das stellt sicher, dass wir in der Korrespondenz mit unseren Kunden einheitlich und damit professionell auftreten“, erklärt Tröger.

Christian Härtel, Verkaufsberater bei Auto-Point Chemnitz, schätzt vor allem die Zeitersparnis im Vergleich zum Altsystem: „Früher war der manuelle Aufwand deutlich höher, und wir mussten zwischen vielen Systemen hin- und herswitchen. Unter dem Strich spare ich mit Clever Lead mindestens eine Stunde Zeit pro Tag. Das System ist übersichtlich, intuitiv zu bedienen und vor allem sehr schnell“, bemerkt er. Mithilfe des Kampagnenmoduls, das in Kürze bei den Skoda-Händlern ausgerollt wird, kann ein Autohaus in Clever Lead auch Marketingkampagnen durchführen.

Jens Tröger sieht auch Vorteile in der Verkaufssteuerung: „Die Transparenz ist deutlich gestiegen. Ich kann die unterschiedlichsten Berichte erstellen und mit wenigen Klicks genau nachvollziehen, wo die Leads herkommen, wie schnell sie bearbeitet wurden, wie viele Probefahrten ein Verkäufer durchgeführt hat oder woran letztlich ein Geschäft gescheitert ist – wertvolle Informationen für das Tagesgeschäft, die ich einmal in der Woche mit jedem Verkäufer individuell bespreche.“

Andere Kunden, darunter Toyota, wollen mit der Einführung von Easi'r in ihren Händlernetz noch einen Schritt weiter gehen und auch den intelligenten Algorithmus der Software nutzen. Dieser ermöglicht es einem Betrieb laut Loyalty Factory, Vorhersagen zum individuellen Kaufverhalten

zu treffen, um die Aktivitäten der Verkäufer entsprechend zu lenken.

Intelligenter Algorithmus sagt Kundenverhalten voraus

Das System soll beispielsweise erkennen, zu welchem Zeitpunkt ein Kunde ein neues Auto erwerben möchte, bevor dieser es selbst weiß. Zudem soll der Algorithmus den Verkäufern auf Wunsch die nächsten Follow-up-Schritte mit der größten Erfolgsaussicht vorschlagen. Das funktioniert, indem der Algorithmus gesammelte Kundendaten anonymisiert auswertet und daraus analytische Muster bildet, auf deren Grundlage die Software genaue Vorhersagen für jeden individuellen Lead treffen kann.

Die Easi'r-App ermöglicht es, auch von mobilen Endgeräten auf das System zuzugreifen: Die App informiert den Verkäufer automatisch und in Echtzeit über eine Kundenanfrage. Die Daten sind dabei in der Cloud hinterlegt. Bedenken hinsichtlich der Datensicherheit räumt Gerd Wickleder im

gleichen Zug aus: Die Rechenzentren stünden alle in Deutschland und erfüllten folglich auch die deutschen Datenschutzbestimmungen.

Geplant ist, Easi'r schrittweise um weitere Funktionalitäten zu ergänzen. Diese sollen unter anderem aus sogenannten Co-Creation-Foren entspringen: „Wir wollen unsere Nutzer so in die weitere Produktentwicklung einbinden und noch schneller die Prioritäten an der Verkaufsfond aufnehmen“, verrät Wickleder. **JULIA MAURITZ**

NOCH FRAGEN?

Julia Mauritz, Redakteurin



„Die Software Easi'r professionalisiert das Leadmanagement in den Autohäusern und ermöglicht es dank eines intelligenten Algorithmus, Vorhersagen zum Kundenverhalten zu treffen.“

☎ 0931/418-2835

✉ julia.mauritz@vogel.de



**3 Jahre Garantie.
Ohne Wenn und Aber!**

Für alle unsere Ersatzteile in Erstausrüster-Qualität.

orio.com/3jahre



Orio Deutschland GmbH

Telefon 0800 90 90 988 · Fax 0800 90 90 989 · 3jahre@orio.com