

# Richtig verbunden

**VERTRIEBSOPTIMIERUNG** – Mittels Lead Management und Telefon-Tracking geht keine Anfrage mehr verloren. VON KAROLINA ORDYNIEC



Georgi, Leiter Verkauf Gebrauchtwagen in der BMW Niederlassung Dreieich bei Frankfurt, daher schon früh folgende Fragen: Wie kann man gewährleisten, dass alle E-Mails und Anrufe den Verkäufer erreichen und zeitnah beantwortet werden? Und: Wie kommt man schnell und einfach an eine Auswertung, die Aufschluss darüber gibt, welche der genutzten Vertriebswege am effizientesten und wirtschaftlichsten sind?

„Zunächst gab es die Überlegung, in der Niederlassung ein Call Center zu integrieren“, erzählt Georgi. Doch dann präsentierte die Softwarefirma Imago das Lead Management autocrm mit integriertem Telefontracking. „Wir ließen uns das System erklären und waren schnell davon überzeugt, mit autocrm eine Lösung für unsere gesamte Problemstellung gefunden zu haben“, sagt Georgi. Die Vorteile lagen für ihn auf der Hand: „Das Tool protokolliert jede Anfrage, ob E-Mail oder Anruf, und wir können uns sicher sein, dass diese professionell bearbeitet werden.“

## Jede Anfrage protokolliert

Und das funktioniert so: Anfragen, die per E-Mail aus verschiedenen Börsen sowie der eigenen Homepage und der Herstellerbörse eintreffen, werden direkt im autocrm mit Hilfe von Textbausteinen, Wiedervorlagen, Alternativangeboten und Kontakthistorie bearbeitet. Für die Erfassung der telefonischen Anfragen werden unterschiedliche Tracking-Rufnummern für alle Internetvertriebskanäle oder auch Printkampagnen eingesetzt. „Findet ein Kaufinteressent ein passendes Angebot, wählt er die in der Fahrzeugbörse oder der Tageszeitung angegebene Nummer, die ihn gleich mit einem Verkaufsberater im Haus verbindet“, berichtet Jörg Georgi.

Steht beim Verkäufer ein Kundengespräch oder eine Probefahrt bevor, kann

## LESEN SIE HIER...

... wie sich die telefonische Erreichbarkeit und die schnelle und professionelle Bearbeitung von E-Mail-Anfragen im GW-Verkauf bei der BMW Niederlassung in Dreieich sicherstellen und Standtage minimieren ließen.

**E**in potenzieller Kunde hat in einer Online-Börse, auf der Website des Autohauses oder in der Regionalzeitung ein interessantes Fahrzeug entdeckt und versucht mit einem Verkäufer Kontakt aufzunehmen. Statistisch gesehen schicken 20 Prozent der Interessenten daraufhin eine E-Mail – die leider oftmals im SPAM-Filter landet oder erst nach

Tagen bearbeitet wird, weil sich der Verkäufer gerade in Urlaub befindet.

80 Prozent der Interessenten greifen zum Hörer und das Telefon klingelt und klingelt – weil der Verkäufer gerade mitten in einem Verkaufsgespräch steckt und sein Kollege vom Nachbartisch mit einem Interessenten eine Probefahrt macht. E-Mail und Anruf gehen ins Leere und der potenzielle Autokäufer zur Konkurrenz. In vielen Autohäusern nicht gerade unbekannte Szenarien.

Doch kaum ein Autohaus kann es sich leisten, Kunden wegen unbeantworteter Anfragen zu verlieren. Um diesem Zustand zuvorzukommen, stellte sich Jörg

er sich vorübergehend von der Bearbeitung der Anfragen abmelden und die eingehenden Anrufe werden automatisch auf die nächsten erreichbaren Verkäufer umverteilt.

„Das funktioniert mittels einer Kombination von Reihen- und Parallelrufen, die aber kein Umstellen der Telefonanlage erfordert, sondern über autocrm gesteuert wird“, erklärt Stefan Dörle, Sales und Consult bei Imago. Urlaub, Kranktage oder sonstige längere Abwesenheiten werden in einem Abwesenheitskalender erfasst.

Kann gerade keiner der Verkäufer das Telefonat entgegennehmen, wird im autocrm eine offene Anfrage mit der Telefonnummer des Interessenten und der Quelle angelegt. Ein Verkäufer kann den Interessenten daraufhin zurückrufen.

Wird eine Anfrage bearbeitet, stehen den Verkäufern im autocrm alle relevanten Infos zum angefragten Fahrzeug sowie der Gesamtfahrzeugbestand der Niederlassung zur Verfügung, um sich mit dem Kunden in Verbindung zu setzen und das Verkaufsgespräch zu führen. „Auf diese Weise haben alle Verkäufer die Möglichkeit, auf telefonische Anfragen schnell zu reagieren und beispielsweise Alternativangebote zu machen“, betont Jörg Georgi.

„Ist der Anrufer durch eine E-Mail-Anfrage oder ein vorhergehendes Telefonat bereits bekannt, sieht der Verkäufer noch vor Abheben des Telefonhörers, um welchen Kunden es sich handelt und für welches Fahrzeug er sich zuletzt interessiert hat“, erklärt er weiter. Ein bereits bekannter Fahrzeuginteressent könne automatisch mit seinem letzten Gesprächspartner im Autohaus verbunden werden.

### Ampelsystem schafft Transparenz

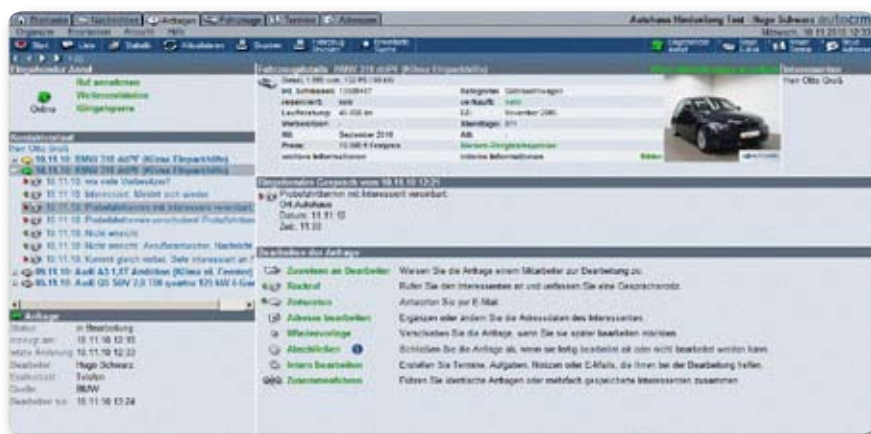
Um die Anfragen innerhalb der betriebsintern gesetzten Zeitspanne zu bearbeiten, steht den Verkäufern ein Ampelsystem zur Verfügung. Sie sehen so auf einen Blick, welche Anfrage schon bearbeitet wurde, welche gerade noch in Bearbeitung ist oder welcher Interessent schnellstmöglich kontaktiert werden muss.

Sind Anfragen überfällig, wird der Verkaufsleiter über das System informiert. „Damit entfallen handschriftliche Notizen, der Kontakt zum Kunden kann nicht verloren gehen und die Transparenz zur Bearbeitungsgeschwindigkeit ist durch das Eskalationsmanagement gewährleistet“, unterstreicht Stefan Dörle.



„Mit Hilfe des Telefon-Trackings erreichen wir beim GW-Verkauf mehr Erfolge und eine höhere Planungssicherheit“, sagt Jörg Georgi (l.), Leiter Gebrauchtwagen bei der BMW Niederlassung in Dreieich. Stefan Dörle, Sales und Consult bei der Softwarefirma Imago, betreute die Einführung der Vertriebs-Tools.

**unten:** Jeder Anruf wird im System protokolliert und in der Maske erscheinen Informationen zum Status der Anfrage, zum Kontaktverlauf und Details zum Fahrzeug.



### Viele Auswertungsmöglichkeiten

„Die eingehenden Anfragen lassen sich jetzt nach Quellen auswerten“, erklärt Georgi. „Die Transparenz der Daten geht nämlich über die der einzelnen Anfrage hinaus“, weiß der Gebrauchtwagenleiter. So lasse sich z. B. über die vergebenen Tracking-Nummern genau ablesen, wie viele Fahrzeuganfragen über die Börsen, die Website oder regionale Werbekampagnen hereinkommen. „Das gibt uns mehr Planungssicherheit und wir können gezielter inserieren“, sagt Georgi. Neben den Statistiken zu den Anfragen selbst bietet ein spezieller Managementreport eine gute Entscheidungsgrundlage sowohl für den Gebrauchtwagenvertrieb als auch den Einkauf.

Auch über die internen Abläufe verrät das Telefontracking eine Menge: „Wir sehen, welcher Verkäufer die meisten Anfragen entgegennimmt, wie viele Anrufe sofort oder eben erst später erledigt wer-

den und aus welchen Anfragequellen wir die meisten Anfragen und Aufträge ins Haus bekommen“, erläutert er und fügt hinzu: „Dementsprechend können wir die Dienstpläne effizienter gestalten, denn die zeitliche Verteilung der angenommenen und nicht angenommenen Anrufe lässt sich bis auf Wochentage und Gesprächsstunden ermitteln.“

Inzwischen ist seit der Einbindung des autocrm-Telefon-Trackings ein Jahr vergangen. „Für uns war der Einsatz dieses professionellen Lead Managements die richtige Entscheidung“, resümiert Jörg Georgi und ist überzeugt davon, dass das Tool einen Beitrag dazu geleistet hat, die Standtage bei den Gebrauchten in der BMW Niederlassung in Dreieich zu reduzieren – und damit den Vertrieb in dem Bereich zu verbessern und transparenter zu machen.

Weitere Informationen gibt es im Internet auf der Seite [www.autocrm.de](http://www.autocrm.de) ■