

Kundendialog XXL

Die Mobilserv GmbH gibt Händlern die Möglichkeit, für ihre Kunden rund um die Uhr telefonisch erreichbar zu sein. **Eine Rufumleitung nach Geschäftsschluss zu geschulten Hotline-Betreuern** macht es möglich.



Von Sandra Enning

Eine starke und verlässliche Kundenbetreuung steht bei der HIRO-Gruppe ganz oben auf der Anforderungsliste. Um auch außerhalb der Geschäftszeiten erreichbar zu sein, wurde daher eigens ein Handy eingerichtet, das die Mitarbeiter abwechselnd mit nach Hause nahmen. „Wir sind dabei jedoch schnell an unsere Grenzen gestoßen“, berichtet Michael Quade, Gesamtserviceleiter des Standorts Aurich der HIRO-Gruppe (s. Kasten). Auf einem Händlertreffen des Einkaufsverbands hat Quade von der 24-Stunden-Hotline von Mobilserv erfahren. Mittlerweile wird das Produkt seit über zwei Jahren erfolgreich in den fünf Filialen eingesetzt.

24 Stunden erreichbar

Bei dem Service handelt es sich um eine Rufumleitung, die der Gebrauchtwagenhändler nach Geschäftsschluss aktivieren kann, so dass das Autohaus rund um die Uhr für seine Kunden erreichbar ist, beispielsweise im Fall einer Panne, eines Unfalls oder bei Fragen zu den auf der Homepage oder Onlineportalen angebotenen Gebrauchtwagen. Die Hotline-Mitarbeiter von Mobilserv melden sich dabei stets unter dem Namen des Autohauses.

Im Vorfeld

der Serviceline werden die Mobilserv-Mitarbeiter speziell geschult und in die Geschäftsabläufe des Gebrauchtwagenhandels eingewiesen. Sie erfahren, welcher Mitarbeiter für welche Anliegen der richtige Ansprechpartner ist, wie und wann er

zu erreichen ist oder mit welchen Abschleppunternehmen das Autohaus zusammenarbeitet.

Portrait der HIRO-Gruppe

Die HIRO-Gruppe wurde 1928 durch Wilhelm Hippen und Habbe Romanehsen gegründet. Heute vertreibt sie in der dritten Generation und an fünf Standorten zwischen Oldenburg und der Nordseeküste Fahrzeuge der Marken Opel, Land Rover, Kia und Ford. Durchschnittlich 1.800 Neufahrzeuge und knapp 3.200 Gebrauchtwagen vermarktet die Gruppe pro Jahr. Damit erwirtschaften die 250 Mitarbeiter 2008 einen Jahresumsatz von rund 65 Millionen Euro.



Zufrieden

Michael Quade, Gesamtserviceleiter der HIRO-Gruppe, setzt seit 2007 auf Mobilserv.

Dabei entstehen dem Händler eine Reihe von Vorteilen. Zum Einen resultiert aus der 24-Stunden-Erreichbarkeit eine deutlich höhere Kundenbindung und Kundenzufriedenheit. Zudem ist der „outsourcete Mitarbeiter“ der Mobilserv deutlich wirtschaftlicher als eine Autohaus-eigene Lösung. „Und wir beobachten, dass immer mehr Kunden im Internet Fahrzeuge vergleichen“, berichtet Quade. „Dank der Hotline können sie bei Fragen zu den Angeboten jetzt auch spätabends noch mit uns in Kontakt treten“.

Ein weiterer Vorteil ist, dass die Mobilserv-Betreuer auf vom Autohaus vorgegebene Partner, wie bestimmte Abschleppunternehmer, zurückgreifen, so dass langjährige regionale Partnerschaften nicht verloren gehen. Außerhalb des vorgegebenen Radius wählt die Mobilserv aus ihrem bundesweiten Servicenetz von Dienstleistern den optimalen Dienstleister für den Kunden aus.

Im Anschluss an jedes Kundengespräch wird das Autohaus über die Vorfälle informiert und kann seine Vorgänge bei Bedarf detailliert und kostenfrei auf der Webseite von Mobilserv im eigenem Kunden Log-in abrufen.

Kostenlose Zusatzleistungen

Seit September 2008 bietet die Mobilserv für eine noch zeitnähere Benachrichtigung einen kostenlosen SMS-Dienst in Zusammenarbeit mit der Automobil-Message GmbH (vgl. GW-trends 5/2007, S. 38f.) an. Hierbei wird dem Kunden, sofern gewünscht, eine SMS zugestellt, beispielsweise „Abschleppdienst trifft in 30 Minuten ein. Mietwagen wird bereitgestellt.“ Zudem wird der zuständige Mitarbeiter in Service und Verkauf über den Vorfall per SMS informiert. Weiter bietet Mobilserv dem Autohaus die Möglichkeit, Marketingleistungen, wie die Gestaltung von

Flyern in Anspruch zu nehmen. Hierzu arbeitet die Mobilserv mit einem professionellen Werbebüro zusammen. Das Autohaus muss dabei lediglich für die Druckkosten aufkommen. Darüber hinaus kann das Autohaus für seine Mitarbeiter kostenlose Weiterbildungen durch Mobilserv durchführen zu lassen.

Spürbarer Erfolg

Angesichts dieser Vorteile ist Michael Quade auch zwei Jahre nach der Einführung des Services noch immer überzeugt von der Rufumleitung: „Wir haben seit dem Einsatz der Hotline deutlich mehr Unfälle und Pannen abgewickelt – Aufträge, die wir sonst wahrscheinlich nicht bekommen hätten.“

Erst kürzlich habe sich die Hotline wieder bewährt gemacht: „Ein Kunde rief gegen 22 Uhr an und wies uns darauf hin, dass eines unserer Fahrzeuge unverschlossen auf dem Parkplatz steht. Mobilserv

informierte daraufhin einen Autohausmitarbeiter, der in der Nähe wohnt und das Fahrzeug abschloss.“

Aktiv damit werben

Unabdingbar für solche Erfolge ist die Werbung für die Hotline. Nur wenn die Kunden wissen, dass sie jederzeit beim Autohaus anrufen können, werden sie den Service in Anspruch nehmen. „Daher werben wir sowohl auf unserer Internetseite und in den Fahrzeuginseraten, als auch auf den Zeitungsannoncen und mit einem Aufkleber auf jedem Fahrzeug“, erklärt Serviceleiter Quade. Mit diesen Maßnahmen sei die Bekanntheit des Systems in den letzten Jahren stark gestiegen. „Mittlerweile gehen bei uns nach Geschäftschluss knapp hundert Benachrichtigungen pro Monat ein – Tendenz steigend.“ Das Handy werden die Mitarbeiter daher nicht so schnell wieder mit nach Hause in den Feierabend nehmen müssen. ■

Die Preismodelle

Service-Classic

- 24 Stunden Rufbereitschaft (7 Tage/365 Tage)
 - Weiterleitung auf eine kostenpflichtige Service-Rufnummer (1,19 Euro/min aus dem dt. Festnetz)
 - Vertragslaufzeit ab 12 Monate
- Monatliche Pauschale pro Standort bzw. Autohaus 75 Euro

Service-Flat

- 24 Stunden Rufbereitschaft (7 Tage/365 Tage)
 - Weiterleitung auf eine kostenfreie Service-Rufnummer
 - Vertragslaufzeit ab 12 Monate
- Monatliche Pauschale pro Standort bzw. Autohaus 139 Euro

Drei Fragen an...

... Mario Erstfeld, Geschäftsführer der Mobilserv GmbH

Herr Erstfeld, seit wann gibt es Mobilserv?

Mario Erstfeld: Die Mobilserv GmbH ist im Mai 2006 von Gesellschaftern aus der Automobilbranche begründet worden. Mittlerweile verfügen wir über drei Niederlassungen in Deutschland. Von Hamburg und Uetersen aus betreuen wir unsere norddeutschen Kunden. Das im April dieses Jahres gegründete Center in München wird zukünftig unsere süddeutschen Kunden bedienen. Im Frühjahr 2010 entsteht eine weitere Niederlassung in Wien.

Können Sie etwas über die Verbreitung von Mobilserv sagen?

Momentan betreuen wir rund 500 Stationen. Zu unseren Kunden zählen Servicebetriebe und Autohäuser aus den Bereichen Vertragshandel, Gebrauchtwagen, Karosserie und Lack.

An wen können sich Interessierte wenden?

Interessierte wenden sich gerne an mich und meinen Kollegen Manfred Müller, der als Serviceleiter Hauptverantwortlicher aller drei Center ist.

- mario.erstfeld@mobilserv.de
- manfred.mueller@mobilserv.de
- www.mobilserv.de



Teampayer

Manfred Müller (li.) und Mario Erstfeld sind stolz, ihren Dienst mittlerweile an über 500 Stationen anzubieten.