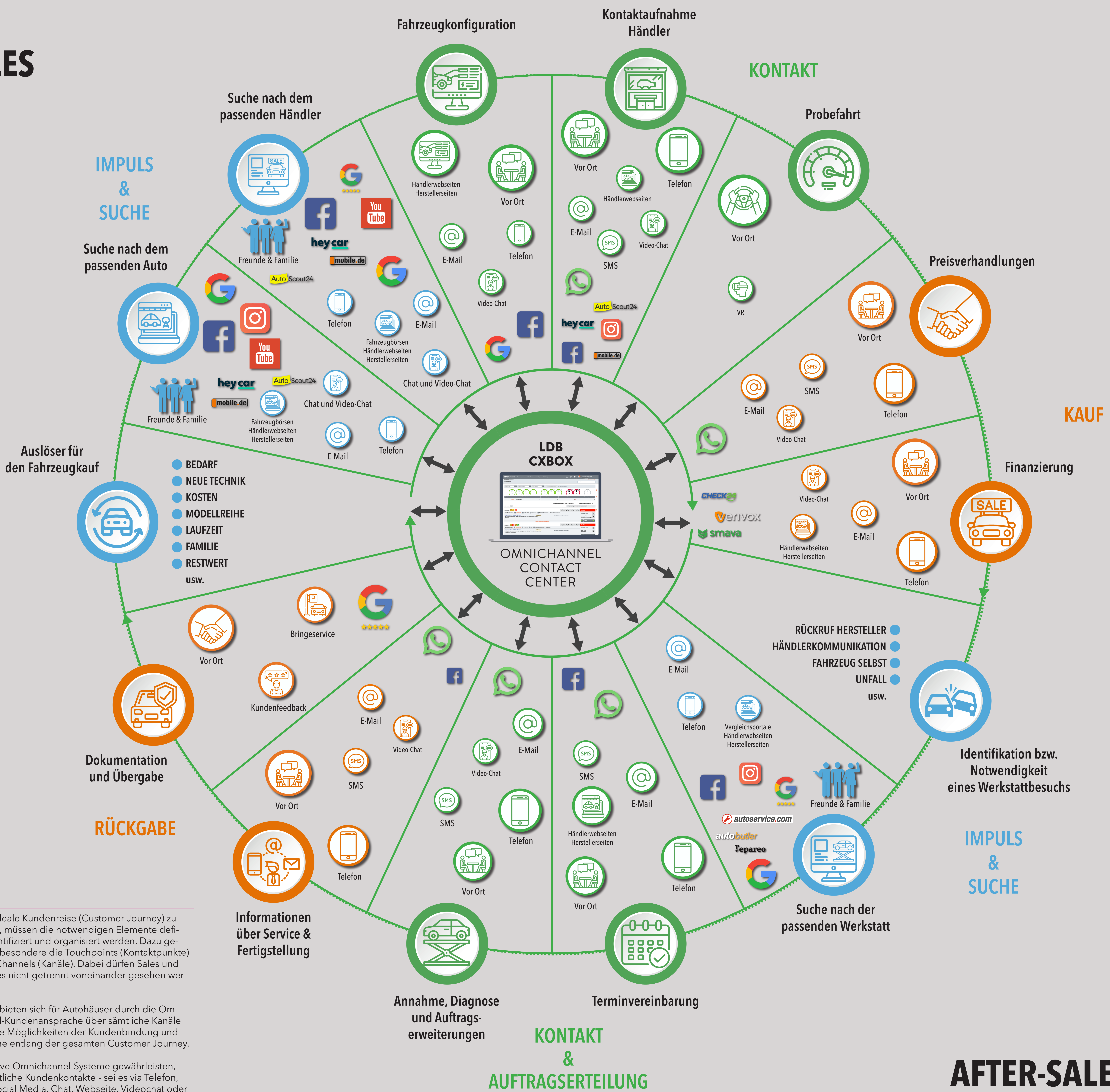


DIE CUSTOMER JOURNEY IM AUTOMOBILEN SALES UND AFTER-SALES

SALES



Um die ideale Kundenreise (Customer Journey) zu gestalten, müssen die notwendigen Elemente definiert, identifiziert und organisiert werden. Dazu gehören insbesondere die Touchpoints (Kontaktpunkte) und die Channels (Kanäle). Dabei dürfen Sales und After-Sales nicht getrennt voneinander gesehen werden.

Zugleich bieten sich für Autohäuser durch die Omnichannel-Kundenansprache über sämtliche Kanäle ganz neue Möglichkeiten der Kundenbindung und -ansprache entlang der gesamten Customer Journey.

Automotive Omnichannel-Systeme gewährleisten, dass sämtliche Kundenkontakte - sei es via Telefon, E-Mail, Social Media, Chat, Webseite, Videochat oder Messenger - in einer einzigen Plattform zusammengeführt werden.