

Pressemitteilung

25. Februar 2021

Omnichannel: So machen Autohäuser ihre Service- und Vertriebsprozesse krisensicher

Automobilbetriebe müssen heute mit ihren Kunden über alle Kanäle hinweg kommunizieren. Ein zentrales Omnichannel-System ist hier erfolgsentscheidend – gerade in der aktuellen Krisensituation mit ihren weitreichenden Einschränkungen. Service- und Vertriebsprozesse im Autohaus profitieren von einem professionellen Kontaktmanagement unmittelbar, wie ein Webinar der LDB Gruppe zeigt.

Die Corona-Pandemie hat bei vielen Menschen den Wunsch nach einem eigenen Auto befeuert. Denn in Zeiten des Lockdowns vermittelt ein eigener Wagen das gute Gefühl, unterwegs vor dem Virus geschützt zu sein. Wie aber können derzeit potenzielle Autokäufer und Kunden mit Automobilbetrieben in Kontakt treten, um etwa eine Probefahrt oder einen Servicetermin zu vereinbaren?

Die Kunden selbst sind in ihrem Kommunikationsverhalten längst im digitalen Zeitalter angekommen. So nutzen im Kaufprozess inzwischen 81 Prozent der Neuwagenkäufer Infos aus dem Internet. „Erfolgreiche Automobilunternehmen setzen deshalb in ihren Service- und Vertriebsprozessen verstärkt auf kanalübergreifende, crossmediale Omnichannel-Kommunikation mit einem einheitlichen Kundendialog über alle Kanäle hinweg“, sagt Jan Löffler, Geschäftsführer der LDB Gruppe. Ob Telefon, E-Mail, Apps, Messengerdienste oder SMS – mit Omnichannel stehen den Kunden die unterschiedlichsten klassischen und digitalen Kanäle und Touchpoints zur Verfügung, um mit ihrem Autohaus in Kontakt zu treten.

Die aktuell große Herausforderung für die Autohäuser: Das für den Kaufentscheidungsprozess so wichtige Vor-Ort-Gespräch fällt derzeit aufgrund der Corona-Beschränkungen komplett. „Die aktuelle Situation macht deutlich, dass es im Autohandel ohne ein professionelles Kommunikationsmanagement nicht mehr geht“, sagt Jan Löffler. „Dank Omnichannel gelingt es Kfz-Betrieben, neue digitale Kanäle in den bestehenden Kommunikationsmix nahtlos zu integrieren und eine umbruchsfreie, reaktionsschnelle Kundenkommunikation zu gewährleisten.“

„Im Webinar „So hilft Ihnen Omnichannel im Vertriebs- und Serviceprozess“ zeigen LDB-Geschäftsführer Jan Löffler und Doris Gietl, Standortleitung Customer Care Center bei LDB, was Omnichannel-Kommunikation grundsätzlich bedeutet, wie dieser Ansatz den Service- und Vertriebsprozess beeinflusst und welche Kanäle auf der Customer Journey für die Kunden relevant sind. Anhand konkreter Anwendungsbeispiele, die Autohäuser direkt übernehmen können, sowie hilfreicher Praxistipps erfahren die Teilnehmer, welche Kanäle die Kunden bevorzugen und wie eine erfolgreiche Omnichannel-Strategie Kontaktpunkte effizient vernetzt. Das Webinar findet am 03.03.2021 um 10 Uhr statt. Die Teilnahme ist kostenlos. Hierkommen Sie zur Anmeldung und zu weiteren Informationen.“

Über die LDB Gruppe

Die LDB Gruppe ist der führende deutsche Technologie-Anbieter für Kundenkommunikation und Kundenbeziehungsmanagement im Autohandel. Die

LDB Gruppe

Medienkontakt
LDB Gruppe

Stephanie Quintana-Rau
Externe
Unternehmenskommunikation
Phone +49 30 390 45 767
Mobil ++49 151 613 68 155
SQuintana-Rau@ldb.de

Mehr unter
ldb.de/pressemitteilungen/

Unternehmensgruppe steht für praxisgerechte digitale Anwendungen und Services für Autohäuser, Werkstätten und Automobilbetriebe. Das Familienunternehmen mit Hauptsitz in Berlin wurde 1973 gegründet und gilt als Pionier bei der Digitalisierung der Branche.

Als einziger Anbieter im Markt liefert LDB Lösungen für alle klassischen und digitalen Touchpoints und Kanäle. Mit profundem Wissen um die Erwartungen moderner Automobilzielgruppen unterstützt LDB damit die gesamte Kommunikationskette, so dass Kunden zielgruppengenau, systemübergreifend und ohne Medienbruch entlang der gesamten automobilen Customer Journey begleitet werden. Die Technologien der LDB Gruppe wie etwa die cloudbasierte Omnichannel-Lösung CXBox garantieren unter anderem verlässliche telefonische Erreichbarkeit, kanalübergreifendes Arbeiten, aktives Bewertungsmanagement und digitale Kundenverwaltung. Über 1.800 Kunden nutzen bereits die Branchenlösungen von LDB.

Neben dem Hauptsitz in Berlin ist das Unternehmen an den Standorten Deggendorf, Templin und Pforzheim vertreten, wo mehr als 350 Mitarbeiter rund 3,5 Millionen Anrufe pro Jahr für die LDB-Kunden entgegennehmen.

Weitere Informationen finden Sie unter www.ldb.de.