

## DIGITALISIERUNG

# App ins Netz

Kunden suchen, fangen, binden. Mit einer Autohaus-App kann das funktionieren. Vorausgesetzt, sie bietet die richtigen Funktionen. Ein Überblick.

## KURZFASSUNG

Apps bieten im Vergleich zu mobilen Webseiten einen entscheidenden Vorteil: einmal installiert, befinden sie sich fest auf dem Handy des Kunden. Das eröffnet viele neue Wege der Kundenansprache und Kommunikation. Welche das sind, lesen Sie hier.

Der Smartphone-Markt boomt und mit ihm die App-Branche. Wir recherchieren, kontaktieren, spielen, telefonieren und kaufen auch immer öfter über unsere Handys. Soll eine Reise geplant, das Wetter gecheckt oder eine Nachricht abgerufen werden – immer häufiger passiert das über einen Klick in die entsprechende App. Für Unternehmen haben Apps neben einer einfachen Handhabung auch einen entscheidenden Vorteil. Über Push-Benachrichtigungen zum Beispiel können Kunden direkt angesprochen werden, um an einen HU/AU- oder sonstigen Termin zu erinnern oder einfach über Angebote zu informieren. Doch ob ein Kunde eine App vom Autohaus installiert und nutzt, hängt von vielen Faktoren ab. Auf welche Features Sie bei Ihrer Autohaus-App nicht verzichten sollten, stellt AUTOHAUS hier anhand der großen App-Entwickler Pixelconcept, P4 Mobile Media und mobilApp vor.

### Kunden gezielt ansprechen

Voraussetzung einer späteren gezielten Kundenansprache ist, dass der Kunde seine Personen- und Fahrzeugdaten in die App eingeben und sie somit personalisieren kann. Noch besser: Die einmal im Autohaus erfassten Daten werden über das Dealer Management System automatisiert in die App gespielt. Dafür braucht das Autohaus seinem Kunden nur einen personalisierten Link zu schicken und per Klick kann der Kunde die App installieren. Aber umgekehrt sollte auch das Autohaus in der App nicht nur seine Angebote, sondern die wichtigsten An-

sprechpartner und Kontaktmöglichkeiten vorstellen.

### Kommunikation ohne Umwege

Dem Kunden sollte es möglichst einfach gemacht werden, mit dem Autohaus in Kontakt zu treten und umgekehrt. Über die Chat-Funktion kommunizieren beide Parteien in Echtzeit. Jede andere Kommunikation, abgesehen von der (Video-)Telefonie, stellt einen Medienbruch dar und führt zum Verlassen der App und Weiterführung der Kommunikation in einer anderen Anwendung, z. B. per E-Mail.

Als wichtiges Asset sollte die App dem Kunden die Möglichkeit bieten, Termine, z. B. für Probefahrten oder Werkstattbesuche, online zu vereinbaren. Damit wird dem Kunden maximale Flexibilität geboten und er kann es sich aussuchen, zu



welcher Tages- oder Nachtzeit er seine Termine bucht. Hier gibt es eine Win-win-Situation: Der Kunde hat die gewünschte Flexibilität und im Autohaus wird der Aufwand in der Telefonzentrale minimiert, was gerade zu Stoßzeiten wie der Reifenwechselsaison von Vorteil ist.

## APP-VERGLEICH\*

	mobilApp	P4 Autohaus App	Pixelconcept
Kunde kann Personen-/Fahrzeugdaten pflegen	✓	✓	✓
Personen-/Fahrzeugdaten werden automatisch übertragen	✓	x	✓
Anpassung der Farben/Logos an die Optik des Autohauses	✓	✓	✓
Anpassung der Optik nach Standorten/Marken	✓	✓	✓
Freie Gestaltung/Reihenfolge der Inhalte/Menüpunkte	✓	✓	✓
Kommunikation mittels Chat	✓	x	x
Terminanfrage mittels Formular/E-Mail	✓	✓	✓
Terminanfrage mittels Werkstattplanung	✓	✓	✓
Terminanfrage mittels Chat	✓	x	x
Automatisierte Erinnerung an Termine	✓	✓	x
Unbegrenzte Anzahl an Menüpunkten	✓	✓	✓
GW-Suche/Fahrzeugbestand	✓	✓	✓
Anzeigen von News/ Angeboten	✓	✓	✓
Nutzung eines Newsfeeds von externen Beiträgen, z.B. Hersteller, Magazine	✓	✓	✓
Schlüsselfinder für die Kunden	✓	x	x
Unfall/Pannenhilfe	✓	✓	✓
Schadensaufnahme	✓	x	✓
Intranet/passwortgeschützter Mitarbeiterbereich	✓	x	x
Personalisierte Kampagnen	✓	x	x
Push-Nachrichten an alle Nutzer	✓	✓	✓
Individuelle, nutzerbezogene Push-Nachrichten	✓	x	x
Integration von Social Media Feeds	✓	✓	✓
Impressum, Datenschutz, Nutzungsvereinbarungen	✓	✓	x

\* Stand: Oktober 2017



Alle drei State of the art: die Apps von  
 1. P4 Mobile Media,  
 2. Pixelconcept und  
 3. MobilApp.

## VORTEILE EINER AUTOHAUS-APP

- 1. Direkte Erreichbarkeit:** Sie können Produkt- und Dienstleistungsangebote gezielt auf Handydisplays Ihrer Kunden und Kaufinteressenten platzieren und Kunden so sofort und überall erreichen.
- 2. Kundenbindung:** Immer mehr Menschen nutzen ihr Smartphone für Einkäufe. Über die App können Sie Kunden mit maßgeschneiderten Angeboten an sich binden oder Termine vereinbaren.
- 3. Markenbranding:** Das App Icon mit Unternehmenslogo auf dem Display des Smartphones ruft Ihr Unternehmen jedes Mal in Erinnerung, wenn Ihre Kunden auf ihr Handy schauen. So festigt sich Ihre Marke im Bewusstsein und Unterbewusstsein Ihrer Kunden.
- 4. Neukundengewinnung:** Der Kunde sucht gern und spontan mit dem Smartphone unterwegs und von zu Hause aus nach Unternehmen und Dienstleistungen in der Umgebung. Unternehmenswebseiten sind aber häufig nicht für die Anzeige im Smartphone ausgelegt. Schlechte Darstellung und lange Ladezeiten führen zu Frust und Abwanderung zur Konkurrenz bei den potenziellen Neukunden. Mit einer App, die gleichzeitig als mobile Webseite für Ihr Unternehmen fungiert, erreichen Sie neue Kunden mit Ihrem Angebot schnell und einfach.
- 5. Zeit sparen:** Bestellvorgänge, Terminvergaben und Versandbestätigungen laufen automatisch, Gutscheine und Neuigkeiten werden mit wenigen Klicks versendet. Der Kunde muss sich nicht an Büro- bzw. Öffnungszeiten halten und kann zudem jederzeit bestellen.

### State of the art: Push-Benachrichtigungen

Es kann lästig sein, darüber nachdenken zu müssen, wann eine Garantieverlängerung ansteht oder ein HU/AU-Termin fällig ist. Wenn der Kunde über die App auf seinem Smartphone via Push-Benachrichtigung informiert wird, ist er dankbar. Besonders schön, weil persönlich, ist eine Erinnerung via Chat – einfach und persönlich.

### Mitarbeiter kommunizieren lassen

Die Integration des Intranets in die Autohaus-App ist ein spannender Ansatz, an

dem schon einige Anbieter tüfteln. Vorteil: Die Kommunikation innerhalb des Unternehmens wird vereinfacht, was unter anderem beschleunigte Prozesse und besseres Betriebsklima bedeuten kann.

### Schaden schnell abwickeln

Hatte der Kunde einen Unfall, sollte ihm die Schadenmeldung so leicht wie möglich gemacht werden. Besonderes Feature ist zum Beispiel, dass er Fotos, die er vom Schaden mit seinem Smartphone gemacht hat, zwecks Schadenabwicklung hochladen kann.

Wenn die oben genannten Bereiche in der App abgebildet sind, kommen die sonstigen ins Spiel. Hier lautet die Devise: alles kann, nichts muss. Diese Features können die Kunden bereichern und einen echten Mehrwert bieten:

- Unfall/Pannenhilfe, Statusmeldung, Fotos, Standortübermittlung
- Autohaus-Bewertungen im Fünf-Sterne-Verfahren
- Stammdaten Nutzer/Fahrzeuge/Standorte
- Zugriff auf YouTube-Kanäle der Hersteller (Eigenmarken)
- Fahrzeugbestand: Anzeige und Suche per m.mobile.de
- Probefahrt-Anfragen, Mietwagen-Anfragen
- QR-Code-Reader Preisschilder
- News, Events, Aktionen (zeitgesteuert)
- Parkplatzmerker
- Impressum, Disclaimer, Datenschutz
- Mehrstandorte-Version
- Mehrmarken-Version mit unterschiedlichen CI
- Terminplaner-Integration HRF-WPS-OTA
- Terminplaner-Integration VECTOR CDP
- Digitales Kundenkarten-System
- Digitales Gutschein/Voucher-System
- Facebook-Integration (Autohaus-Account)
- Local Notifications mit Reminder
- Bußgeld-Rechner (nur Deutschland).

Karolina Ordyniec ■