

# Damit der Kunde zurückkommt



Foto: Adobe Stock



Vertriebsleiter Dominic Krb und die beiden Geschäftsführer Peter Kirisics und Dr. Michael Schlögl

## Mit dem Agentursystem gewinnen Zusatzerträge, Kundenbindung und Autohaus-Identität noch weiter an Bedeutung. carplus unterstützt dabei.

**A**ngesichts der Rahmenbedingungen sind wir überrascht, wie positiv das vergangene Jahr gelaufen ist“, berichtet carplus-Geschäftsführer Dr. Michael Schlögl. Denn die Entwicklungen waren natürlich auch für Versicherungen schwierig. „Lieferprobleme, wirtschaftliche Situation, Ukraine-Krieg und Kaufzurückhaltung. Zudem hatten wir eine Umstellung auf ein neues Verwaltungssystem. So etwas läuft nie ganz reibungslos“, so Schlögl. Für das neue System hat man sehr viel investiert, ist nun bestens aufgestellt. Vertriebsleiter Dominic Krb: „Wir haben im Krisenjahr weiter ausgebaut, in Personal und EDV investiert. Damit sind wir technisch und seitens des Teams bereit, den Markt weiter aufzubauen. Mittlerweile haben wir mehr als einen Außendienstmitarbeiter pro Bundesland, das ist unser Wachstumspfad für die Zukunft.“

Dafür bietet carplus für jeden Partner maßgeschneiderte Lösungen. „Wir betreuen von Groß bis Klein, vom Importeur über Händlergruppen bis zum kleinen Familienbetrieb, und können in der Kooperation mit nach oben hin fast offenen Ressourcen arbeiten“, erklärt Geschäftsführer Peter Kirisics: „Wir haben 2.000 AußendienstmitarbeiterInnen der Wiener Städtischen, auf die wir zugreifen können und die immer motiviert sind, Autohäuser zu betreuen.“

### Zusatzerträge im Agentursystem

Die Anforderungen, die auf die Autohäuser zukommen, sind dem carplus-Management freilich bewusst: „Die Vertriebssysteme können wir nicht beeinflussen. Unsere Aufgabe ist es, den Händler zu begleiten und Zusatzerträge zu ermöglichen. Das gewinnt durch neue Vertriebssysteme noch stärker



an Bedeutung“, weiß Krb: „Dabei ist es wichtig, dass das Thema Versicherung durch Unterstützung von carplus stabil bleibt. „Das Autohaus kann sich dadurch auf sein Hauptthema konzentrieren. „Der Kfz-Betrieb benötigt mehr denn je Erträge aus Finanzierung, aus Versicherungsabschlüssen sowie aus dem Werkstattengeschäft“, beschreibt Krb: „Denn der Händler darf nichts mehr außer Acht lassen, muss eine 360-Grad-Kundenbetreuung bieten und das ist ohne Partner nicht möglich.“

### Zufriedene Kunden, auch in der Werkstatt

„Es geht nicht nur um den Neuwagen-Kunden, wir haben unsere Produkte so gestaltet, dass die Kunden ins Autohaus zurückkommen“, spricht Kirisics die Schadenabwicklung an. Denn der Schaden ist für einen Kunden natürlich etwas Negatives. „Da ist es wichtig, dass die Abwicklung gut funktioniert und hier werden wir wirklich sehr gelobt.“

„Laut Marktstudien werden Händler bei der Schadenabwicklung mitbewertet, das ist eine wesentliche Entscheidung“, ergänzt Schlögl. „Wir geben dem Betrieb die Werkzeuge in die Hand, mit denen er arbeiten kann. Es muss eine Kombination aus Modus und Produkt sein. Neben der Betreuung haben wir auch die passenden Produkte: Damit ist der Händler sorgenfrei unterwegs, weil seine Kunden perfekt abgesichert sind.“ Denn insgesamt gehe es sehr stark um Kundenbindung und Kundenzufriedenheit: „Im Agenturvertrieb werden Identitätsmerkmale für den Händler wichtiger denn je, carplus unterstützt die Identität des Autohauses“, erklärt Schlögl abschließend. • (GEW)

Ein ausführliches Interview mit der Geschäftsleitung von carplus lesen Sie demnächst in der AUTO INFORMATION