

AUTO INFORMATION

Der Informationsdienst für die österreichische Automobilbranche

Nr. 2767, 25. April 2025
55. Jahrgang, Auflage 1.000

Customer Journey: persönlicher Kontakt im Fokus

Die digitale Customer Journey steht derzeit im Fokus der Kfz-Branche. Aus unserer Sicht darf man sich dabei nicht nur auf den digitalen Bereich konzentrieren, sondern auch ganz besonders auf den analogen Teil, also den persönlichen Kundenkontakt in den Vordergrund stellen. Die Frage ist nicht digital oder analog: beides – in Form eines hybriden Prozesses – ist besonders wichtig.

Der Kunde erwartet – nach ständig wachsender digitaler Informationsflut – entsprechend abgeholt zu werden. Denn im zweiten Schritt wird er mit diesen Informationen ins Autohaus gehen und dort den Kaufabschluss tätigen. Wir entwickeln digitale Systeme, um emotionale Themen zu verbessern. Die Prozesse dienen dazu, dem Kunden die größtmögliche Aufmerksamkeit zu schenken. Dann wird die Customer Journey zur Customer Experience.

Wir haben es uns zur Aufgabe gemacht, die Autohäuser in dieser Transformation vor Ort zu unterstützen. Auch unsere Produkte passen wir an, um diesen Anforderungen gerecht zu werden. Die Software ist entsprechend einfach aufgebaut, damit sich der Verkäufer im Autohaus auf den Kunden konzentrieren kann. Auch unser Kooperationspartner GO!drive bietet hier den perfekten Ablauf: von der digitalen Suche direkt zum Händler vor Ort, in Kürze übrigens KI unterstützt.

Sehr viele Kontaktpunkte beginnen heute online und enden offline, also beim Ansprechpartner im Autohaus. Diesen Prozess erfolgreich abzuschließen, das ist die Herausforderung, die wir in der Branche gemeinsam zu bewältigen haben.


Dominic Krb

GF CARPLUS Versicherungsvermittlungsagentur GmbH/Wien

** „Nachgefragt“ mit Alain Favey (Peugeot) S. 10 ** Firmenbuch: S. 13 **
International: S. 15 ** Zweirad-Neuzulassungen März 2025 S. 17 **