

Erweiterung des Flottenkunden-Centers

Ziel / Aufgabe

- Betreuung von Ford Flottenkunden
- Positionierung von Probefahrten für Flottenkunden, vor Ablauf der Leasingverträge mit dem Ziel, den Flottenkunden bei der Marke Ford zu halten
- Aktive Einbindung und Rückkopplung des Autohandels

Branche

- Automotive
- Leasinggesellschaften (Captives)
- Autobanken



Projekthalte

- Projektmanagement
- Erarbeitung eines Pflichtenheftes
- Implementierung einer Standard CRM-Lösung
- Anpassung der bestehenden Prozesse auf die neue Lösung
- Schulung der CallCenter-Mitarbeiter auf die überarbeiteten Prozesse und CRM-Lösung
- Erweiterung des Reportingwesens auf Basis der implementierten Kundendatenbank
- Testing
- Roll-out

Ergebnis / Nutzen

- Durch die aktive Vermarktung konnte die Abwanderung zu anderen Marken bei der Kaufentscheidung signifikant gesenkt werden
- Der Autohandel war mit der zentralen Unterstützung sehr zufrieden, um seine Abverkäufe zu erhöhen, bzw. zu halten