

Wie LEAD4CAR den Markenhandel stärken will

Erstmals erhält der Handel die Möglichkeit, Fremdeinlieferungen (pump-in) in sein Marktgebiet als "Service-Lead" von anderen Autohäusern zu erwerben. Und das vermittelnde Autohaus erhält Provisionen für den Verkauf seiner pump-out.

Von Markus Gold



Mit LEAD4CAR gibt es nun erstmalig die Möglichkeit, Fahrzeuge aus Segment 1 bis 3, die Sie bisher nicht kannten, sofort mit sich zu verbinden und so neue und vor allem mehr Potenziale zu generieren. Zu verbinden meint, das Konnektivitäts-System und somit den Eintrag als Servicepartner aktiv für sich zu nutzen. Denn die Meldungen aus dem Fahrzeug direkt ans Autohaus sind schwergewichtige Kontaktpunkte, die kein Servicebetrieb liegenlassen darf.

Ganzheitlich betrachtet, sorgen diese neuen Leads im Autohaus für mehr Umsatz, Ertrag und Kundenkontaktpunkte. Der Markenhandel kann es mit geschickter und geplanter Kommunikation so schaffen, die Fahrzeuge aus Segment 1 bis 3 länger an sich zu binden. Egal ob Bestands- oder Neukunde: Jede aktuelle Information zu den Kunden um ihren Kirchturm herum birgt Potenzial für Service, Teile & Zubehör, Räder & Reifen und Vertrieb.

Den Kunden in gute Hände geben

Und nicht nur Sie als Autohaus erwerben hier riesige Mehrwerte. Sondern auch für den Kunden ist die Vermittlung des richtigen Servicepartners ein eindeutiger Gewinn. Die Verkäufer geben den Kunden in gute Hände, denn mit der Vermittlung weiß er, dass sein Autohaus vor Ort informiert ist und seine Fahrzeug- und Kundendaten bereits hat. Der Kunde erhält den richtigen Ansprechpartner und bei guter Kommunikation beispielsweise mittels Newsletter wird der Kunde persönlich angesprochen und informiert.

Egal, wo gekauft – aber Ihre Werkstatt

Dass das Autohaus bzw. der Vertrieb hier neue, zusätzliche Erträge durch den Verkauf von Service-Leads generiert, ist ein weiterer Vorteil. Bei einem Anteil von durchschnittlich 30 Prozent Fahrzeugverkäufen außerhalb des eigenen Service-Betreuungsgebietes können im Neu-, Jahres- und Gebrauchtwagenbereich großartige zusätzliche Erträge erzielt werden.

Sollen auch die Verkäufer profitieren? Dann zahlen Sie Ihnen von dieser Provision doch einen Anteil aus. Hier übernimmt die Plattform auch direkt die Kommunikation mit Ihrer Personalabteilung, um so wenig Aufwand wie nötig im Prozessablauf bei der Verrechnung von Provisionszahlungen entstehen zu lassen.

Wir glauben zudem daran, dass die Vorstellung des Servicepartners beim Kunden vor Ort einen positiven Einfluss auf Bewertungen im Bereich der Kundenzufriedenheit haben wird (etwa 5-Sterne-Bewertung auf mobile, Autoscout & Co.). Durch die unverbindliche Teilnahme, die nur mit Bestätigung der AGB in Kraft tritt, kann jedes Autohaus sofort ohne Kosten oder eine längere Kündigungsfrist austreten. Der Grund: Wir wollten ganz bewusst mit dem Angebot überzeugen, den Service-Leadhandel im Markenhandel unterstützen und so für diese Plattform keine Hürde einbauen.

Auslastung erhöhen – Werkstatt stärken

Erfolg fängt für uns jetzt und in Zukunft im Service an. #SDZ – Mit Adress- und Fahrzeugdaten aus Ihrem Einzugsgebiet aktualisieren Sie Ihre Systeme und CRM-Daten und kommunizieren so mit Ihren Kunden.

Durch gute und bindende Kommunikation werden Ihnen die erworbenen Service-Leads mehr Auslastung im Servicebereich bei Pkw und Transporter besche-

Die Verantwortlichen der APS GmbH haben mit LEAD4CAR im Februar dieses Jahres einen Kooperationsvertrag geschlossen. Hier war sehr schnell klar, dass mit LEAD4CAR der Aftersales-Bereich und somit der Markenhandel gestärkt wird.

Und das ist das besondere Angebot für Verbandsmitglieder: Alle Mitglieder laufen bei uns automatisch nach ihrer Registrierung in die sechsmonatige kostenfreie Probephase. Erst ab dem 7. Monat wird eine monatliche Grundgebühr fällig. Und auf diese Grundgebühr geben wir allen Mitgliedern einen dauerhaften Nachlass von 20 Prozent.

Bitte nennen Sie uns bei der Registrierung (<https://lead4car.de/registrierung>.) oder dem Onboarding einfach Ihre Betriebsnummer.



Die drei LEAD4CAR-Gesellschafter (von links nach rechts) Marco Malz, Ben Hübner und Markus Gold

ren. Die Folge: Sie stärken Ihr Werkstattgeschäft. Ganz besonders mit weiterem Aufkommen der Elektromobilität wird es immens wichtig werden, die Kunden mit Hybrid- und Verbrenner-Technik länger an Ihr Autohaus zu binden und somit ertragreiche Umsätze zu halten.

Mit LEAD4CAR gibt es nun erstmals eine Plattform auf dem Markt, bei der Vertrieb und Service gemeinsam beteiligt werden müssen, damit der Markenhändler auch profitieren kann. Zusätzlich profitiert auch der Gebrauchtwagenvertrieb. Denn nicht nur die eigenen Marken können vermittelt werden, sondern auch Fremdmarken, die Sie angekauft haben, finden als Service-Lead im Handelsnetz einen Abnehmer. Dieses Konzept überzeugt. Nur fünf Monate nach dem Start sind bereits über 270 Mercedes Standorte in Deutschland am Start. Seit dem 01. April 2022 geht es mit den Marken Volkswagen, Audi, Porsche, ŠKODA und SEAT weiter. Wir werden auch hier den Markenhandel in den Segmenten 1 bis 3 kräftig unterstützen. «

Unser Autor ist Gesellschafter und Ideengeber von LEAD4CAR.

Kontakt:

Lead4 GmbH
Bucher Chaussee 5
13125 Berlin

Telefon: +49 30 233210544
E-Mail: info@lead4car.de