

# Verbeteren dienst- en Serviceverlening en klantcontact Automotive door centralisatie en/of outsourcing:

## Algemeen:

De automotive branche is de afgelopen jaren sterk aan het veranderen en zal in ook de nabije toekomst nog enorme veranderingen laten zien. Het algemeen gebruik van auto's is aan verandering onderhevig en ook de klanten veranderen. Dit vraagt grote flexibiliteit, veranderingsgezindheid en een voortdurend aanpassingsvermogen van de autodealers. Ze zullen nog meer de transitie moeten maken van product- naar klantgericht. Klantenbinding, klantbehoud en customer experience worden de sleutelwoorden. Daarnaast zal steeds meer de focus moeten liggen op de vraag, hoe omzetten vergroot kunnen worden en op welke manieren het meest concurrerend gewerkt kan worden. Bedrijven met visie, creativiteit en aanpassingsvermogen hebben hierbij de grootste overlevingskans. Het intensiveren en centraliseren van het (pro-actieve) klantcontact, vindt momenteel opgang bij veel dealerbedrijven. De grote bedrijven richten hiervoor zelf klantcontactcenters in en ook de kleinere bedrijven zijn creatief bezig om te zien waar ze hun klantcontact anders kunnen inrichten, waarbij de intensivering en verbetering van het klantcontact en het vergroten van kansen en omzetten centraal staan. Soms kan het deels uitbesteden van het klantcontact voor de kleinere bedrijven een oplossing bieden.

Wij begrijpen als geen ander de behoeften van een automotive bedrijf en we kunnen u op verschillende gebieden ontlasten en ontzorgen. We kunnen u van dienst zijn, door het aanbieden van de onderstaande diensten, waarmee waarde wordt toegevoegd aan uw bedrijfsvoering, omzetten, efficiency en uw klanttevredenheid en klantervaring.

## Diensten:

1. Receptiefunctie inbound (ontlasting voorkant balies/recepties : meer aandacht voor de klant)
  - a. Doorverbinden (sales/directie/magazijn/technische vragen)
  - b. Terugbelafsprak inboeken (sla terugbellen binnen 4 uur)
  - c. Afspraken maken werkplaats, proefrit, sales, e.d. en inboeken afspraken
  - d. Algemene Service vragen
2. Outbound Sales en After Sales (commerciële ondersteuning/ omzetvergroting)
  - a. Opvolging marketing acties (mailings): showroom, nieuwe modellen, acties, speciale dagen, etc.
  - b. Afspraken pro-actief nabellen: onderhoud, APK, bandenwissels (+ inboeken)
  - c. Actieve service klantcontact (bijv. aanbieden nieuwe diensten)
  - d. Check klanttevredenheid: happy calls (opvolging bijv. na werkplaatsbezoek): verbeteradviezen
3. Email-Chat (snellere kanalen voor snellere antwoorden op elk moment)
  - a. Media team
4. Andere diensten (nog te ontwikkelen)

## Wat levert het op?

- Minder FTE aan balies (baliemedewerkers), minder telefonistes
- 15% minder lost calls (minder klantverlies, beter presteren)
- Omzet Sales + 5-10% (meer resultaat / showroombezoek uit marketingacties: gevolg meer verkoop)
- Omzet After Sales + 15-20%
- Verbetering efficiëntie en werkplaatsbezetting (+actief sturen op dalmomenten)
- 20-25% minder churn (klantbehoud)
- Verbetering klanttevredenheid (door toename aandacht, contact, hulp, service)

**Meetgetallen:**

-Outbound per FTE (bereikte) 100-120 leads nabellen per dag, conversie 10-15% (afhankelijk kwaliteit leads): 10-15 afspraken per dag = toename AS omzet van gemiddeld: 1400 euro per dag (uitgaande van een voorzichtig gemiddelde van 95 euro omzet per afspraak, onderhoud, APK, bandenwissels).

Outbound After Sales: 8 euro (??) per gemaakte afspraak of 0,80 euro per gebelde en bereikte lead.

Hoeveel werkplaatsafspraken per dag heb je nodig om de werkplaats te vullen? Bijv. 45 afspraken (= 3fte): Kost 360 euro per dag en levert gemiddeld ongeveer 4300 euro aan extra omzet voor het dealerbedrijf. 12 euro omzet per +/- 1 euro kosten

Outbound Sales / marketing ondersteuning: 0,80 cent per nagebelde en bereikte lead: conversie lager (5- 8%): indirecte bijdrage aan sales moeilijk te berekenen. Aanne: 1000 leads bellen (8 mandagen= 8 fte): 50 showroombezoekers: verkoop 20% = +8-10 auto's. Campagne kost dan 800 euro. Reactie zonder nabellen is nihil (1-2% max).



*Dio van Gils, heeft inmiddels een kleine 20 jaar ervaring met klantcontact en Customer experience. Met name het managen, opzetten en professionaliseren van Klant Contact Centers, de laatste jaren bij het RDC in Amsterdam en bij de Driessen Autogroep in Eindhoven. Voor een aantal bedrijven heeft hij de klanttevredenheid vergroot.*

SalesLead	conversie	in showroom	sales	Kosten
100	5%	5	20% = 1 auto	80 euro
1000	5%	50	20% =10 auto's	800 euro

Aftersaleslead	conversie	in werkplaats	omzet (95 euro gem.)	Winst (?)	Kosten
100	12%	12	1140 euro	400 euro	80 euro
1000	12%	120	11400 euro	4000 euro	800 euro

*Per geïnvesteerde euro 5 euro winst (minimaal 15 euro omzet)*

Voor 1000 leads zijn 9 werkuren nodig (x 45 euro) = 400 euro