

OUTSOURCING

Ein Anschluss unter dieser Nummer

Damit kein Anruf und Anrufer verloren gehen, setzt das Autohaus Oppel in Plauen seit vier Jahren auf die LDB-Gruppe. Geschäftsführer Wolf Strigl möchte diese Dienstleistung nicht mehr missen. Ein Ortsbesuch.

Exakt 1.408 Anrufe landeten zwischen Januar und Juli dieses Jahres in Plauen im sogenannten Überlauf – und damit bei den Experten der LDB-Gruppe. 1.408 Mal hatte das Team von Wolf Strigl, der in der Autohaus Oppel GmbH als Geschäftsführer verantwortlich zeichnet, die Chance, Umsatz zu machen und beim Endkunden einen guten Eindruck zu hinterlassen. Denn: Dank der „TelefonZentrale“ schreibt man sich in Sachsen die hundertprozentige Erreich-

barkeit auf die Fahnen. Eine LDB-Dienstleistung, die neben Geschäftsführer Wolf Strigl rund 200 weitere Unternehmen schätzen.

Die eigens dafür geschulten LDB-Mitarbeiter nehmen das Gespräch an, sobald die Leitung in Plauen besetzt ist oder es fünf Mal klingelt. Und: Sie melden sich sogar im Namen der Firma Oppel. Ganz klar: Der erste Eindruck zählt. „Ich möchte darauf nicht mehr verzichten“, sagt Wolf Strigl in Plauen. Er weiß selbst, wie lästig

KURZFASSUNG

Erfahrungsgemäß können etwa 30 Prozent der Anrufe im Autohaus nicht angenommen werden, weil die Mitarbeiter des Kfz-Betriebs überlastet sind. Deshalb entschied sich die Autohaus Oppel GmbH vor einigen Jahren, bei der LDB-Gruppe den Service „TelefonZentrale“ zu buchen. Schließlich soll kein Umsatz verloren gehen.

es ein kann, wenn man in der Warteschleife des eigenen Betriebs hängt und sein Anliegen nicht an den Mann oder die Frau bringen kann. Deshalb auch die Wahl des Dienstleisters aus Berlin – trotz der anfänglichen Outsourcing-Skepsis einiger Führungskräfte.

Regionaler Dialekt

Wolf Strigl betont, dass diese Maßnahme mittlerweile völlig akzeptiert sei, sie werde von LDB sehr persönlich gemacht. Sogar im Dialekt der Region. „Mit ähnlichen Dialekten ist die Kommunikation einfacher“, so der Geschäftsführer. Seit vier Jahren setzt das Autohaus Oppel hier in



Neben der neuen Mercedes-Benz E-Klasse locken auch Smart, Lkw & Co. zum Standort nach Plauen.



Die ausgelagerte Überlauf-Telefonie entlastet seit vier Jahren die Opel-Mitarbeiter und reduziert den Stress.

Der Erreichbarkeit verpflichtet: Andy Anders, Vertriebsleiter Ost der LDB-Gruppe, mit Susanne Oppel (geschäftsführende Gesellschafterin) und Wolf Strigl (Geschäftsführer) vom Autohaus Opel (v. l. n. r.)

Sachsen nun darauf, anfangs stand eine sechsmonatige Testphase auf der Agenda. „Diese Unterstützungsmaßnahme ist notwendig, wir würden sonst Telefonate verlieren“, erklärt Susanne Oppel. Die geschäftsführende Gesellschafterin betont im Gespräch, wie wichtig für das Familienunternehmen im Verdrängungswettbewerb gesundes Wachstum sei. Und dafür müsse man nah am Kunden sein. Demnach verwundert es kaum, dass Wolf Strigl das Autohaus, das die Marken Mercedes-Benz, Smart und Fuso vertreibt, wartet und repariert, mit den Worten „authentisch“, „nahbar“ und „dienstleistungsorientiert“ beschreibt.

Umsatzplus winkt

Zum Aspekt „dienstleistungsorientiert“ passt auch die Aussage von Andy Anders: Man habe die Erfahrung gemacht, dass in vielen Betrieben im Schnitt etwa 30 Prozent der Anrufe nicht angenommen werde. „Das ist natürlich schlecht für einen potenziellen Umsatz“, sagt der Vertriebsleiter Ost der LDB-Gruppe. Bei der „TelefonZentrale“ handele es sich um ein fertiges Produkt – für jeden Kfz-Betrieb, von klein bis groß.

Doch was passiert, wenn der Dienstleister den Autohauskunden nicht mit dem zuständigen Opel-Mitarbeiter verbinden kann? Wie wird damit umgegangen, dass die Kundenanfrage nicht gleich beantwortet wird? Andy Anders lächelt und zeigt in Plauen das dafür konzipierte

webbasierte Portal, das auf den ersten Blick einfach zu bedienen scheint. Schlüssige Symbole, eine übersichtliche Oberfläche und eine intuitive Struktur helfen dabei. Wenn ein Kunde also am anderen Ende der Leitung ist, erstellen die Mitarbeiter seiner Auskunft zufolge innerhalb von wenigen Minuten eine Rückrufnotiz – mit personalisiertem Text und allen wichtigen Infos wie Anliegen, Ansprechpartner und Rufnummer. Beispielsweise können die Serviceberater dann den Rückruf professionell vorbereiten.

„Über eine Wiedervorlagefunktion erhält der Mitarbeiter außerdem eine Erinnerungsmail“, berichtet der Vertriebsleiter Ost. Ferner können die LDB-Mitarbeiter dank des Portals nachvollziehen, welche Opel-Mitarbeiter aktuell im Betrieb sind oder sich vielleicht im Sommerurlaub befinden.

Monitoring möglich

„Aufgenommen“, „Vermittelt“, „Beantwortet“ und „Alle“ – auch die Führungskräfte des Kfz-Betriebs können mit wenigen Klicks selektieren und sehen, wie der Status quo gerade ist. Und ob das mit LDB vereinbarte monatliche Volumen noch ausreicht oder nachgebucht werden muss. „Man sieht auch sehr schön, wie schnell reagiert wird“, sagt Wolf Strigl mit dem Blick auf das Plauener-Reporting.

Bereits in vier weiteren Opel-Standorten wird die professionelle Überlauf-Telefonie gelebt. Schließlich soll auch hier

kein Anruf verloren gehen. Außerdem hat sie auch einen positiven Nebeneffekt für die Mitarbeiter des Familienunternehmens. „Sie werden entlastet, die Stressbelastung sinkt“, sagt Wolf Strigl. Denn sie wissen ja, dass es diesen professionellen Back-up gibt.

Patrick Neumann ■

OPPEL-HISTORIE

1928 als Fuhrunternehmen von Walburga und Johann Oppel gegründet, folgte zehn Jahre später der Einstieg in den Autohandel. Damals wurde die Gewerbeanmeldung um den „Handel mit gebrauchten Kraftfahrzeugen“ erweitert, später wird man Vertreter der Daimler-Benz AG. Nach der Wende expandierte das Unternehmen samt der Marke mit dem Stern in die neuen Bundesländer. Heute beschäftigt die Autohausgruppe an ihren sechs Standorten 320 Mitarbeiter. Jährlich liefert man 2.500 Fahrzeuge aus – vom Smart bis zum 40-Tonner, neu oder gebraucht. Die Hauptstandorte befinden sich in Ansbach, Aue und Plauen. Weitere Betriebe gibt es in Ellefeld, Feuchtwangen und Heilsbronn.

