



Fotos: Patrick Neumann

## KUNDENANSPRACHE

## Film ab in Mannheim

Per iPhone, iPod und CitNow-App fertigen die Mitarbeiter des Porsche Zentrums Mannheim kleine, persönliche Filmchen für den Verkauf und in der Dialogannahme an. Den Kunden gefällt's.

**K**laus Quel schnappt sich das kleine Stativ, nimmt sein iPhone mit der Video-App von CitNow, wirft sich vor dem Porsche in Pose – und nennt erst einmal seinen Namen. So beginnt der Assistent der Verkaufsleitung jeden Drehtag im Porsche Zentrum Mannheim. Wobei Drehtag eigentlich übertrieben ist. Die zwei- bis dreiminütigen Videos sind in kürzester Zeit im Kasten. Verkäufer Quel hat, wie seine Kollegen auch, dafür ein kleines Drehbuch im Kopf, mit dem er die Highlights des Fahrzeugs abarbeitet. Beginnend bei der Front filmt er dann später wichtige Details, bis er abschließend im Innenraum ankommt – alles mit dem Smartphone festgehalten und fachmännisch kommentiert. Natürlich auf Quels Art und Weise, mit seinem Dialekt. „Ich

schicke mal schnell ein Video rüber.“ So könnte die Filmsequenz enden.

Denn Christian Boe möchte, dass die Filme authentisch wirken, von weichgespültem wie professionell bearbeitetem Filmmaterial hält der Geschäftsführer des vor zwei Jahren mit viel Aufsehen eröffneten Porsche Zentrums Mannheim, das heute 100 Mitarbeiter beschäftigt, nichts.

### Modern, innovativ, kundenfreundlich

Wer sich im architektonisch beeindruckenden Gebäude der Penske Sportwagenzentrum GmbH umsieht, merkt schnell, dass die Philosophie von Roger S. Penske hier viel Raum für kreative Ideen lässt und somit spannende Ansätze schnell Gehör finden. Modern, innovativ, kundenfreundlich – diese Attribute standen

damals im Lastenheft der Architekten. Geschäftsführer Boe macht in der Elsa-Brandström-Straße 11 auch gar keinen Hehl daraus, dass er immer neue Wege, seine eigenen Wege sucht. „Ich möchte Dinge machen, die noch nicht jeder macht.“ Man sei gerne Pilotbetrieb. Wenn er dann von etwas begeistert sei, gebe es eine schnelle Entscheidung. Wie jetzt für die zielgerichtete Kundenansprache per Webvideos, die in seinem Betrieb im Verkauf und Aftersales seit wenigen Wochen stattfindet. Zur großen Freude der Kunden, manche Filmchen würden von ihnen bis zu 20 Mal angeschaut. Zudem können sie die Filmsequenzen mit Sternen bewerten. „Wir haben mit CitNow sehr positive Erfahrungen gemacht“, bewertet Boe die Video-Lösung in seinem ersten Resümee.



**Christian Boe, Geschäftsführer des Porsche Zentrums Mannheim, geht gerne neue Wege.**



**Gute Stimmung (v.l.n.r.): Hans-Jörg Hänggi (CitNow), Sandra Schönherr, Peter Schum, Dominik Bessler und Christian Boe (alle Porsche Zentrum Mannheim)**



**Bei den Dialogannahme-Webvideos stehen vor allem die Schlagworte Glaubwürdigkeit, Vertrauen und Transparenz im Mittelpunkt.**



**Klaus Quel wurde für die Videos von den CitNow-Trainern geschult, eloquent nimmt der Assistent der Verkaufsleitung seine Filme auf.**

„Das Format hat eine ganz spezielle Wirkung“, erklärt der Geschäftsführer begeistert.

Ist das Video abgedreht, wird es aus der App direkt via WLAN an den CitNow-Server geschickt. Zwei Minuten später erhält der Kunde des Porsche-Händlers einen Link, damit er sich seinen individuellen Film auf der Landingpage der Mannheimer im Video-Stream ansehen kann.

Ein Vorteil dieser Lösung: Die Videos befinden sich nicht dezentral auf den Endgeräten der einzelnen Mitarbeiter, sondern auf einem der 120 Server von CitNow. In 42 Ländern ist das 2008 gegründete, britische Unternehmen heute schon aktiv. Neben den reinen Set-up-Kosten müssen Kfz-Betriebe eine Monatsgebühr für die Dienstleistung entrichten. „Deutschland hat in puncto Webvideo noch Nachholbedarf, in Großbritannien ist das bereits gelebte Praxis“, berichtet Hans-Jörg Hänggi, neuer Deutschlandchef der CitNow Video GmbH aus Berlin.

### CITNOW-REPORTING

Alle paar Tage werten Dominik Bessler, Verkaufsleiter Neuwagen, und Peter Schum, Verkaufsleiter Gebrauchtwagen, das täglich zur Verfügung gestellte Reporting aus. Man sei damit sehr nahe am Kunden dran. Sie ziehen Rückschlüsse, besprechen die Videos, auch Verbesserungsvorschläge kommen zur Sprache. Praktisch: Dank CitNow-Webportal ist alles im Blick.

Der Großteil der Top-100-Händler setzte auf der Insel schon darauf.

### Spezieller Aftersales-Prozess

Verlassen wir die Gebrauchtwagenabteilung im Untergeschoss des Vorzeige-Betriebs und gehen ein paar Schritte zur Dialogannahme im Erdgeschoss. Drei Direktannahmeplätze stehen dem Team für die Servicediagnosen zur Verfügung. „Wir sehen einen sehr großen Vorteil in der Dialogannahme“, berichtet Boe. Ein ästhetisches, fast schon klinisches Ambiente, das mehr wie ein Operationsaal als wie eine Werkstatt wirkt. Michael Helfrich, zertifizierter Kundendienstberater, zückt statt eines iPhones seinen iPod und startet den Prozess, der sich von dem sei-

ner Kollegen im Verkauf unterscheidet. Von Nummernschild zu Nummernschild, lautet die Devise. „Das Wichtigste sind hier Glaubwürdigkeit, Vertrauen und Transparenz“, betont Video-Experte Hänggi, der seit über 25 Jahren in der Automobilindustrie tätig ist, unter anderem arbeitete der Schweizer für General Motors/Opel, Porsche, Saab und Nissan.

Kundendienstberater Helfrich filmt nach dem Nummernschild beispielsweise das Reifenprofil, den Zustand der Bremsen oder hält auf dem Video fest, sobald ein Fahrzeug einen leichten Ölverlust hat. Immer eine Hand frei, damit er auf wichtige Details deuten kann. Auch wenn es keine Beanstandung gibt, wird das Video aufgenommen. Für die interne Dokumentation und damit „der Kunde sieht, dass er ein tolles Auto hat“, erklärt Hänggi. Auch hier spielen Emotionen eine Rolle. „Im Bereich der Digitalisierung sind die Möglichkeiten riesig“, freut sich Geschäftsführer Boe. Man müsse sie nur nutzen. Patrick Neumann