

# Auf dem Sofa zum Wunschtermin

**Online-Terminbuchung** | Was beim Friseur geht, sollte auch in der Werkstatt möglich sein. Die Online-Terminvereinbarung macht es dem Kunden besonders bequem. Integrierte Lösungen automatisieren den Prozess weitgehend, damit der manuelle Aufwand gering bleibt.



Bequemer geht es nicht: Online können Kunden den Wunschtermin rund um die Uhr buchen.

Fotos: Adobe-Stock/Modona/Montage: Sabine Winzer, MobilApp GmbH

beauftragt, diese Systeme in den Internet-Auftritt der Händler einzubinden.

Beim DMS-Anbieter Loco-Soft gibt es eine Schnittstellenanbindung zu externen Online-Terminbuchungs-Systemen, über die freie Werkstattkapazitäten in das Buchungssystem gemeldet werden. Terminanfragen aus diesen externen Systemen werden nicht automatisch in Loco-Soft angelegt, sondern dem Service-Personal über das DMS mitgeteilt, das dann – nach Prüfung der konkreten Situation – den Termin im Loco-Soft-Werkstattplaner anlegt. Es werden in der aktuellen Programmversion keine Termine von externen Systemen automatisch in Loco-Soft angelegt. Die letzte Kontrolle verbleibt beim Anwender. Der IT-Anbieter weist darauf hin, dass viele Kfz-Betriebe eine Terminanfrage als Service-Lead betrachten. Daher sei es zunächst einmal wichtig, die Service-Anfrage überhaupt zu erhalten. Im weiteren Verlauf würden dann Termine fixiert, Ersatzteile vorbestellt und offene Rückrufaktionen überprüft.

**M**an kennt die Situation: Wenn am Auto was zu machen ist, muss es in der Regel schnell gehen, denn niemand will lange auf die persönliche Mobilität verzichten. Ein Termin in der Werkstatt muss her.

Der klassische Weg wäre der Griff zum Telefonhörer. Viele Autohäuser und Werkstätten bieten ihren Kunden für die Verein-

barung von Serviceterminen aber mittlerweile einen weiteren Weg an: die Online-Terminvereinbarung über die Webseite. Das hat zwei entscheidende Vorteile: Für den Kunden steht diese Möglichkeit rund um die Uhr an sieben Tagen in der Woche zur Verfügung. Aus Sicht des Autohauses spart der digitale Kanal Ressourcen.

Die bequeme Buchung per Online-Terminkalender läuft dabei entweder über die Webseite des Autohauses oder sogar über eine entsprechende App auf dem Smartphone. Die Online-Terminvereinbarung wird mittlerweile von zahlreichen Anbietern klassischer Werkstattplanungssoftware angeboten. Allerdings unterscheiden sich die Prozesse dahinter – der Grad der Automatisierung ist je nach System unterschiedlich. Teilweise bieten Hersteller und Importeure eigene Online-Terminbuchungssysteme. In anderen Fällen werden Agenturen

## Über externe Systeme

Der Software-Anbieter HRF Software Solutions bietet zu seiner Werkstattplanungssoftware eine cloudbasierte Online-Terminanfrage. Die Online-Terminanfrage eines Kunden wird im Werkstattplanungssystem WPS gespeichert. Von hier aus können dann im DMS Aufträge eröffnet werden. Die Werkstatt kann je Online-Terminanfrage steuern, ob diese Anfrage vom Kunden gleich als echter Termin eingetragen wird oder ob es erst als eine Terminanfrage behandelt wird und ein Mitarbeiter diese Anfrage erst prüft. Das Charmante an der Lösung: Die Online-Terminanfrage läuft auf allen Geräten und kann daher auch mobil auf einem Smartphone genutzt werden.

Der Software-Spezialist Soft NRG bietet mit Soft-Net eine Online-Termin-

### Kurzfassung

Die Integration einer Online-Terminvergabe haben derzeit fast alle Software-Anbieter auf der Agenda. Entweder bieten sie zusätzliche Module zur Planung an oder binden Drittsysteme über Schnittstellen ein.

# „Wenn ein Kunde die App auf dem Smartphone hat, nutzt er sie regelmäßig.“

Steven Zielke, Geschäftsführer MobilApp GmbH

vereinbarung, die die Kunden-Terminwünsche mit den Servicekapazitäten der Werkstatt online abgleicht. Der Kunde ruft die Terminvereinbarung über seinen PC oder über Smartphone auf und kommt dann in wenigen Schritten zum Termin. Nach den grundlegenden Angaben zum benötigten Service, Identifizierung des Kunden, Angabe einer E-Mail-Adresse und Informationen zum Fahrzeug erhält der Kunde eine Auswahl möglicher Termine angezeigt. Der Prozess endet mit der verbindlichen Bestätigung des gewählten Termins. Der Termin erscheint synchron in der Tageterminliste der Werkstattplanung. Der Software-Anbieter kann nach eigenen Angaben mit allen marktüblichen Programmen über Schnittstellen kommunizieren – von den bekannten Dealer-Management-Systemen bis hin zur Spezial-Software externer Autohaus-Dienstleister.

## Schnittstellen integrieren Systeme

Jörg Gudat, Firmengründer und CEO von Gudat Solutions, wirbt für die Online-Terminbuchung: „Die Unternehmen haben erkannt, dass sie in IT investieren müssen, allerdings sind sie auf der Suche nach integrierenden Systemen und nicht nach einer weiteren zusätzlichen Anwendung.“ Ein wichtiges Projekt für Gudat war die Einbindung der Mercedes-Me-App. Diese Lösung wird derzeit ausgerollt. „Die Ausgangssituation war wenig komfortabel. Viele Unternehmen sehen den Kanal Mercedes-Me zunächst einmal als zusätzlichen Mehraufwand“, erklärt Gudat. Es handelt sich aus Sicht eines IT-Anbieters aber nur um einen weiteren Kanal, über den Service-Anfragen kommen und die in die vorhandenen Lösungen integriert werden müssen.

Vorher mussten die Betriebe drei Systeme bemühen. Bei der Gudat-Lösung ist dies deutlich einfacher: „Der Händler legt für den Kanal Mercedes-Me die Spielregeln

selbst fest, wann wie welche freien Slots angezeigt werden. Buchungen über Mercedes-Me landen auch direkt wieder in der Plattform ohne manuellen Zwischenschritt. Es handelt sich um eine Echtzeitbuchung.“ Für die Onlinebuchung via Smartphone muss sich der Kunde bei Gudat keine App im App-Store herunterladen. Das System arbeitet mit einer responsiven Webseite. Auf dem Smartphone ist das gleichwertig zu einer nativen App. Welche Daten der Kunde bei der Buchung angeben muss, entscheidet das Autohaus selbst. In der Regel genügen einige wenige Pflichtangaben wie Name und die E-Mail-Adresse für Bestätigungsmails sowie grundlegende Fahrzeugdaten wie das Kennzeichen.

## Mit der App ganz nah am Kunden

Steven Zielke, Geschäftsführer der MobilApp GmbH, spürt großes Interesse im Markt: „Die Online-Terminbuchung ist eines der wichtigsten Themen bei der Kundenkommunikation.“ Der Blick in den Markt zeigt: Bei vielen Systemen gehört die Onlinebuchung schon zum Produktumfang, beispielsweise Soft-NRG, Gudat Solutions, WPS oder Cross Online. MobilApp bindet diese Systeme via Schnittstelle in eine Smartphone-App ein. Die Terminbuchung über eine App sei für den Kunden der bequemste Weg, eine Terminvereinbarung mit seiner Werkstatt zu machen, ist Zielke überzeugt. „Beim Thema Onlinebuchung denken viele zunächst an die Webseite. Aber das ist der schlechteste Kanal, einen Termin zu buchen“, glaubt Zielke und nennt auch den Grund: „In der Regel verfügen die Autohäuser und Werkstätten nicht über einen Log-in-Bereich, wo sich der Kunde persönlich anmeldet. Es sind also überhaupt keine Daten des Kunden hinterlegt. Er muss daher auf der Webseite alle Daten wie Namen, E-Mail-Adressen und Fahrzeugdaten selbst eingeben. Das ist mühs-

lig und am Ende ist es für den Kunden schneller, gleich zum Telefonhörer zu greifen“, argumentiert Zielke.

## Push-Funktionen inklusive

Hier könne eine App ihre Vorteile ausspielen. Da sie auf dem Smartphone des Nutzers läuft, seien alle Daten bekannt und hinterlegt. „Eine Terminplanung geht hier mit wenigen Klicks. Zudem kann ich über eine App auch eine Push-Funktion nutzen, man kann den Kunden an wichtige Termine erinnern.“ Ob und wie oft die App von Kunden genutzt wird, hängt unter anderem davon ab, wie stark das Angebot beworben wird. Wenn ein Kunde die App auf dem Smartphone hat, dann nutzt er sie regelmäßig: „Wir haben je nach Autohaus zwischen zehn und 25 Nutzungen pro Kunde und Jahr“, erklärt Zielke. Sein Ratschlag: „Immer wieder den Kunden über die App ansprechen und proaktiv angehen.“ Hier sei Feingefühl notwendig, denn es bringt auch nichts, den Kunden mit Nachrichten zu überfordern. Grundsätzlich schätzen die Kunden die Online-Terminbuchung: „Wir haben Betriebe, die tatsächlich bis zu 50 Prozent der saisongebundenen Aktionen per Onlinebuchung abbilden“, erklärt Jörg Gudat. Die Erfahrung zeige: Wenn Kunden einmal diesen Kanal genutzt haben, dann tun sie das immer wieder. Dietmar Winkler



Steven Zielke,  
Geschäftsführer  
MobilApp GmbH