

Kunden buchen per Smartphone

Carama | Grün und Gelb sind die Farben des neuen Werkstatt-Portals Carama, das von der Bekanntheit der Marke Castrol profitieren soll. Thorsten Preuss, Vertriebsleiter Deutschland Carama bei BP SE, erklärt die Idee hinter dem neuen Angebot.

asp: Seit wann gibt es Carama auch in Deutschland?

T. Preuss: Wir haben das Portal mit Pilotbetrieben Anfang des Jahres in Dortmund gestartet und bauen das Angebot jetzt sukzessive aus. Carama an sich ist nicht ganz neu, seit 2019 gibt es die Werkstatt-Vermittlung in Malaysia, Spanien und in der Türkei. Mit dem digitalen Angebot reagieren wir in diesen Märkten auf einen Bedarf bei den Werkstattkunden, die sich für die Buchung eines Werkstatttermins einfache Abläufe und einen Rund-um-die-Uhr-Service wünschen. Mit der ersten Version des Portals haben wir wertvolle Erfahrungen gemacht und gelernt, wo es noch Verbesserungspotenzial gibt. Daher habe ich ein Team zusammengestellt, mit dem wir die Version 2.0 von Carama entwickelt haben, die jetzt in Deutschland an den Start geht.

asp: Was genau leistet die Plattform?

T. Preuss: Wir sind bei der Konzeption von der Marktbeobachtung gekommen. Was will die Werkstatt und was benötigt der Endverbraucher? Wir wissen, dass es viele Autofahrer gibt, die immer zur gleichen Werkstatt gehen und sich dort gut aufgehoben fühlen. Aber es gibt auch zunehmend viele Menschen, die ihren Werkstatttermin gerne zu Hause auf dem Sofa buchen möchten, am besten mit dem Smartphone rund um die Uhr. Das sind sie aus anderen Bereichen wie Urlaubsplanung und Hotelbuchung so gewohnt. Unsere Antwort da-



Thorsten Preuss, Vertriebsleiter Deutschland Carama bei BP SE

rauf ist eine Plattformlösung, die Kunden bei der Suche und der Terminbuchung unterstützt. Der Endkunde bekommt bei uns die passende Werkstatt und kann gleich seinen Termin buchen.

asp: Wie sieht der Prozess konkret aus?

T. Preuss: Wir haben das System so einfach wie möglich gehalten. Aus unserer Sicht ist es an dieser Stelle nicht sinnvoll, schon alle möglichen Daten zum Fahrzeug und zum Servicebedarf anzugeben. Wir bieten eine Auswahl an häufigen Service- und Reparaturbedarfen, aus denen sich der Kunde das für ihn Passende herausucht. Außerdem kann er nach Standort suchen und den Zeitraum für einen Termin angeben. Im zweiten Schritt bekommt der Kunde dann alle Werkstätten angezeigt, die für ihn in Frage kommen und den gewünschten Service auch anbieten. In der Trefferliste kann er sich die Profile der Betriebe anschauen und sieht deren Bewertungen von anderen Kunden. Wenn sich der Kunde für eine Werkstatt entscheidet, kann er über Carama eine konkrete Terminanfrage stellen.

asp: Man kontaktiert direkt die Werkstatt?

T. Preuss: Der Prozess der Terminanfrage beinhaltet die Angabe von grundsätzlichen Daten zum Auto einschließlich Hersteller-schlüsselnummer und Typschlüsselnummer. Das geht dann per Knopfdruck an die Werkstatt.

asp: Bekomme ich dann auch einen Preis?

T. Preuss: Es ist nicht sinnvoll, bereits einen verbindlichen Preis anzugeben, darauf wollen sich die Werkstätten auch nicht einlassen. Um einen Preis zu nennen, muss die Werkstatt mit dem Kunden sprechen, muss mehr Informationen zum Fahrzeug und zum anstehenden Service haben. Schon allein die Frage, welche Teilequalität verwendet werden soll, OE-Teil oder Nachbauteil, macht eine Preisauskunft an der Stelle unmöglich. Aber wir wollen, dass der Kunde einen Richtpreis bekommt, der dann allerdings nicht verbindlich ist.

asp: Welche Bewertungen sieht der Kunde?

T. Preuss: Die bei uns gelisteten Werkstätten können ihre Google-Einträge und Ratings mitnehmen. Für alle, die das nicht haben, gibt es unser eigenes internes Bewertungssystem, über das Betriebe Bewertungen sammeln können. Wir schicken nach jedem Auftrag einen freundlichen Reminder an den Kunden, doch eine Bewertung abzugeben. Diese sammeln wir erst mal und geben dann einen Mittelwert aus, um Ausreißer zu verhindern. Es müssen erst zehn bis 15 Bewertungen zusammenkommen.

asp: Und wie kommt die Anfrage bei der Werkstatt ins System?

T. Preuss: Die Werkstatt bekommt eine Benachrichtigung per E-Mail und sieht im Carama-Portal alle Angaben zu der Anfrage. Damit kann der Werkstattmitarbeiter den Termin anlegen und den Auftrag kalkulieren. Der Kunde bekommt dann zwei getrennte E-Mails: Einmal das Angebot

Kurzfassung

Mit Carama gibt es angelehnt an die Schmierstoffmarke Castrol ein neues Werkstatt-Portal. Bequeme Terminvereinbarung für Autofahrer und Neukundenvermittlung für die Werkstatt sind die wichtigsten Ziele des Angebots.

„Wir wollen, dass der Kunde gleich einen unverbindlichen Richtpreis bekommt.“

Thorsten Preuss, Vertriebsleiter Deutschland Carama

inklusive Preisvorschlag und zum anderen den Terminvorschlag.

asp: Wie läuft die Terminbuchung? Das macht die Werkstatt dann in ihrem eigenen Planungssystem, richtig?

T. Preuss: Das haben die Programmierer sehr pfiffig gelöst. Die Werkstatt kann auf Carama eigene Terminkalender mit Zeitkontingenten anlegen, beispielsweise zur Reifenwechselsaison. Man kann beispielsweise jeden Samstag in der Wechselsaison einige Stunden Zeit zum Reifenwechsel einstellen. Das kann jederzeit pausiert werden, dann erscheint das nicht mehr als freies Zeitkontingent beim Verbraucher. Die Werkstatt kann jederzeit steuern, wie viel Zeit sie für Carama freigibt – nur freie Termine werden dann auch angezeigt.

asp: Wie geht es nach dem Pilotversuch in Dortmund weiter?

T. Preuss: Mitten im Marktstart ist uns Corona dazwischengekommen. Aber jetzt fangen wir an, das System in anderen Ballungsräumen auszurollen. Wir haben aber keine konkrete Zeitschiene für weitere Standorte. Das geht nur Schritt für Schritt, denn die Werkstätten müssen dann auch entsprechend geschult werden. Wir gehen mit einem Vertriebsteam raus und machen entsprechend Marketing.

asp: Welche Rolle spielt die Marke Castrol – immerhin nutzen Sie die Farbgebung der Ölmarke?

T. Preuss: Die starke Marke Castrol im Rücken hilft uns. Es ist extrem schwierig, mit einer ganz unbekannteren neuen Marke in den Markt zu gehen. Wenn wir aber sagen können, das System ist „Powered by Castrol“, hilft uns das ungemein und verschafft uns einen wertvollen Vertrauensvorschuss.

Interview: Dietmar Winkler

Was Carama bietet

Carama ist eine Online-Plattform zur **Service-Digitalisierung von Werkstätten**. Derzeit ist das Projekt im Raum Dortmund gestartet und soll sukzessive ausgerollt werden. Dahinter steht der Konzern British Petrol (BP) mit seiner Schmierstoffmarke Castrol. Die wichtigsten Funktionen von Carama:

- Digitalisierung des Marktes für Autoreparaturen & Wartung
- Verbindung von Werkstätten & Kunden
- erhöhte Sichtbarkeit & Kundenreichweite
- automatisiertes Echtzeit-Termin-Buchungssystem 24/7
- digitale Verkaufsfläche für Werkstätten
- automatisierte Preisabfragefunktion von Servicedienstleistungen
- mehr Transparenz durch Kundenbewertungssystem
- Werkstätten-Profilen fungieren als suchmaschinenoptimierte Webseiten



Das neue Serviceportal Carama ist am Start

Foto: Carama



- 1 WK 1075 FSH
- 2 WK 1032 FSH
- 3 WK 1020 FSH
- 4 WK 1011 FSH

Fußschnellhub
+
Schnellhub
=



kunzer.de