



CESTY K EFEKTIVIZACI PROVOZŮ AUTOMOBILOVÝCH DEALERSTVÍ A SERVISŮ

Výroba automobilů patří setrvale mezi klíčovou položku českého průmyslu a exportu. Souběžně s produkcí vozů roste i jejich prodej. Podle statistik Sdružení automobilového průmyslu dosáhl v prosinci loňského roku parametr nově registrovaných aut rekordního počtu 271.595 kusů. V prvním kvartálu roku 2018 sice došlo k mírnému poklesu registrací, avšak dubnová čísla znamenají meziroční nárůst o 6,64 %, čímž padl další rekord v tomto období. Celkové registrace nových osobních automobilů vzrostly oproti období prvních čtyř měsíců roku 2017 o bezmála 1,5 %. Takové mimořádné množství vozů klade vysoké nároky na prodejce i organizace, které poskytují následný servis a dodávky náhradních dílů.

V čase takového rekordního boomu je pochopitelně stále obtížnější nejen hledat efektivní způsoby, jak oslovit případné nové zákazníky, ale i najít možnosti, jak zajistit dokonalou péči o klienty stávající, včetně

WEBCOM – DODAVATEL IT SYSTÉMŮ

- incadea.dms: silný nástroj pro řízení celého vašeho prodejního a poprodejního procesu včetně sledování výkonnosti
- servisní historie a zákaznický on-line servis
- mobilní sklad
- monitoring příjezdu na servis a dílnu
- plánovač servisu a dílny

Více na automotive.dynamics365.cz

poučené predikce potřeb a průběžného nastavování parametrů k udržení jejich přízně. „Prodejce, který chce udržet krok se současným tempem růstu, potřebuje mít velmi silný nástroj pro řízení celého prodejního a poprodejního procesu,“ seznamuje s problematikou Štěpán Kněžek, Sales Manager společnosti WEBCOM, „včetně sledování výkonnosti jednotlivých obchodních míst a vlastních prodejců. V neposlední řadě je nutné mít pod kontrolou veškeré marketingové aktivity cílené na vybrané skupiny zákazníků i online přístup k manažerským výstupům a reportům potřebným k řízení celého dealerství.“

WEBCOM Automotive CRM umožňuje díky moderním inovativním nástrojům zefektivnit řízení prodejců, optimalizovat provoz showroomu a zjednodušuje marketingové procesy. Charakterizován je jako otevřený systém s přímým napojením na další vnitropodnikové aplikace (typicky na ERP systém či pro automotive DMS – Dealer Management System). Jedná se o plně otevřenou platformu, která s minimálními náklady na vývoj a správu umožňuje realizovat velmi specifické požadavky typické pro oblast automotive.

„Dealerství trvale řeší optimální způsob oslovování potenciálních zákazníků. Tímto problémem se zabývá jedna z funkcionalit našeho systému - *Lead and Opportunity Management*,“ pokračuje Štěpán Kněžek výčtem benefitů WEBCOM Automotive

CRM. Jedná se o nástroj, který umožňuje získávat více nových zájemců o vozidla. Systém umožní zachytit zájemce z libovolného kanálu, jako například kontakt z webu importéra, dealera, z předváděcích akcí či e-mailové kampaně. Pomocí automatického vyhodnocení se zaměří odpovědné oddělení pouze na ty správné zájemce.

„Pravdou ovšem je, že významně méně nákladné je udržet si svého stávajícího zákazníka, než získat jednoho nového,“ připomíná Štěpán Kněžek. Díky řešení WEBCOM Automotive CRM, konkrétně pak funkci *Loyalty Management*, má v rukou dealer nástroj pro lepší kontrolu prodejních aktivit nejen směrem k novým klientům, ale také pro řízení a kontrolu aktivit u stávajících zákazníků. Samozřejmostí jsou dnes i zabudované nástroje pro GDPR, které vyhovují aktuálním legislativním požadavkům na ochranu osobních dat či jejich anonymizaci.

„Snadněji můžete také plánovat takové akce jako představení nového modelu a to včetně pozvánky pro své zákazníky,“ vysvětluje Sales Manager společnosti WEBCOM. „Pokud má například váš klient vozidlo blížící se ke konci životního cyklu, dokáže systém zavčas vytvořit upozornění pro prodejce tak, aby si mohl v dostatečném časovém předstihu dohodnout aktivity, které vedou k prodeji nového vozu. Pomocí *Nurture Managementu* můžete svým zákazníkům významně ulehčit sledování připomínek a akcí. Upozorníte je, že se blíží čas servisní prohlídky jejich vozu. Jste zkrátka schopni jim nabídnout své služby v okamžiku, kdy je skutečně potřebují.“

WEBCOM Automotive CRM je také bohatý zdroj informací pro jednotlivé prodejce. Díky *Customer Managementu* mají pod kontrolou veškeré relevantní informace o klientech, včetně konfigurací vlastněných vozidel a dalších dat specifických právě pro tento obor. Odpadá tak mnohdy nekomplexní a chybná komunikace v papírové formě či jednotlivých e-mailech.

„Jedna z dalších specializovaných funkcionalit *Activity Management* hlídá veškeré naplánované aktivity prodejců, včas na ně upozorní a umožní jejich eskalace,“ uzavírá toto téma Štěpán Kněžek ze společnosti WEBCOM.

„Pomocí *Complaints Management* řešení máte možnost pomoci zákazníkům, kdykoliv se na vás obrátí. Stáváte se tak pro své klienty spolehlivou oporou a významně posilujete obchodní vztahy se svým zákazníkem.“

Jarmila Jelínková, WEBCOM