



POTENZIALFINDUNG

Impulsgeber für den Verkauf

Die Software haystack Loyalty der iic group analysiert bestehende Daten im Autohaus, bereitet sie für den Verkäufer auf und soll so mehr Bestandskunden zu Gesprächen ins Autohaus bringen.

Noch ein weiteres System für mein Autohaus? Viele Geschäftsführer würden jetzt abwinken. Eine Software, die nicht zusätzlich installiert werden braucht, sondern aus den vorhandenen Daten das meiste rausholt und Ertragspotenziale aufdeckt? Da sieht es schon viel besser aus. Möglich machen soll dies eine Software namens haystack Loyalty, welche die bislang als Fachberatung für den Automobilhandel bekannte iic group ins Leben gerufen hat.

Analyse bestehender Daten

Das Tool greift auf Vertrags-, Service- und Bestandsdaten zu und bereichert diese um Markt- und Bankdaten an. Diese Informationen werden dann für die Verkäufer aufbereitet und sollen es ihnen erleichtern, Bestandskunden zu einem persönlichen Gespräch ins Autohaus einzuladen. „Man kann unsere Software auch als eine Dienstleistung verstehen, die im Hintergrund läuft“, erklärt Kai-Dieter Schirmer, Vertriebsleiter bei haystack Loyalty. „Das

HAYSTACK LOYALTY

- Höhere Termin- und Abschlussquote
- Mehr Verkäufe im gleichen Zeitraum
- Kürzere Standzeiten von Neu- und Gebrauchtwagen
- Mehr Umsatz und Gewinn
- Mehr Zeit für Kundenbegeisterung und mehr Empfehlungsgeschäft

System ist sogar in der Lage, dem Verkäufer auf Basis der ermittelten Verkaufspotenziale Argumentationen beispielsweise für das Anbieten eines bestimmten neuen Fahrzeugs zu liefern“, führt Schirmer weiter aus und ergänzt: „Im Umkehrschluss fühlt sich der Kunde perfekt betreut, weil der Verkäufer so gut informiert ist und ihn schon proaktiv ansprechen kann.“ Besser informierte Verkäufer könnten dann auch zu mehr Terminen, früheren Verkäufen und damit zu mehr Umsatz führen.

Auch als „Full-Service-Paket“

Haystack Loyalty wird derzeit in zwei Varianten angeboten. Neben der Software kann das Produkt auch als „Full-Service-Paket“ gebucht werden. Dabei machen erfahrene Telefonie-Profis aus der Automobilbranche den telefonischen Kundenkontakt und die Terminvereinbarung im Namen des Autohauses. Verkaufsberater, die sich mit dem aktiven Telefonieren oft schwer tun, können sich so auf den persönlichen Termin konzentrieren.

Entscheidet sich ein Autohaus für den Einsatz der Software, liegt der einmalige Anschlusspreis bei 1.749 Euro und 149 Euro pro Verkäufer pro Monat für die ersten 100 Händler. Für die zusätzliche Telefonie-Option werden 99 Euro pro erfolgreicher Vermittlung fällig.

Karolina Ordyniec ■

KURZFASSUNG

Haystack Loyalty ist keine zusätzliche Software, die im Autohaus installiert werden muss, sondern laut iic group ein Impulsgeber, der bestehende Daten im Autohaus zusammenzieht, analysiert und aufbereitet, so dass der Verkäufer Bestandskunden einfacher ansprechen kann.