

## Service op maat dankzij automatisering

# Alle klanten in beeld

Wie zijn klant kent, kan meer voor hem betekenen. Maar ja, het moderne autobedrijf heeft veel klanten met ieder weinig contactmomenten. Hoe leer je die allemaal kennen? Kan automatisering helpen? We vragen het CSW, Mivar en JDS.



Is de moderne ICT net zo attent als de ouderwetse dorpsgaragehouder?

Vroeger kende de dorpsgaragehouder al zijn klanten. Was er extra ruimte nodig op de achterbank vanwege gezinsuitbreiding? Hij wist het. Verruimde promotie op het werk het autobudget? Hij wist het. Haalde zoon- of dochterlief het roze papiertje? Hij wist het. Maakte de garagist gebruik van die kennis, dan leverde hij autoservice op maat, een leven lang. Sinds die tijd is er veel veranderd. Met de paar klantjes van toen kan het autobedrijf van nu niet rendabel draaien. Auto's vragen minder onderhoud. Dus zijn er per klant minder contactmomenten. Maar per bedrijf zijn er wel veel meer klanten. Klanten met ieder hun eigen voorkeuren en behoeften. Sommigen rijden veel, anderen

weinig. Sommigen hebben grote gezinnen, anderen zijn alleenstaand. Sommigen gebruiken de auto voor verre vakanties, anderen blijven dicht bij huis. Sommigen kunnen hun auto geen uur missen, anderen redden zich ook best zonder. Sommigen volgen keurig het onderhoudsboekje, anderen rijden duizenden kilometers te lang door. Sommigen kijken niet op een paar euro, anderen draaien ieder dubbeletje om. AutoService Opmaat wil al die klanten optimaal bedienen en rekening houden met al die individuele voorkeuren. "Maar dan moeten we die voorkeuren wel kennen", zegt directeur Opmaat. "Zou automatisering ons kunnen helpen?", vraagt hij zich af. En zo ja: "Wat moet ik dan allemaal weten

van de klant en zijn auto? Hoe kan ik die gegevens optimaal gebruiken? En hoe houd ik ze vervolgens up-to-date?" CSW, Mivar en JDS geven hun antwoord.

### CSW: klantgegevens onder handbereik

"Ons garage-automatiseringsprogramma AutomaaT kent een scherm Klantgegevens", legt Computer Service Wieberdink uit. "Dat scherm is altijd direct aanroepbaar, ongeacht in welk programma-onderdeel je bent. Autobedrijf Opmaat kan er klantgegevens inzien en wijzigen, een adreslabel printen, prijsafspraken zien en wijzigen, een werkplaatsafpraak maken, direct een sms-je naar de klant sturen, de belhistorie met de klant bekijken,

openstaande posten en facturen inzien en alle auto's van de klant zien inclusief hun onderhoudshistorie en volgende bezoek."

CSW raadt AutoService Opmaat aan de telefooncentrale te koppelen aan AutomaaT: "Als de telefoon overgaat, wordt op alle ingestelde stations weergegeven welke relatie er belt. Bij het station dat opneemt, komt er direct een pop-up met het scherm Klantgegevens".

Ook praktisch: "Het autobedrijf kan bij speciale klanten een speciale melding toevoegen. Die licht direct rood op als de klantgegevens opgevraagd worden".

Nog meer mogelijkheden: "AutoService Opmaat stuurt sms-alerts en e-mail nieuwsbrieven direct vanuit AutomaaT. Mailings worden automatisch samengesteld op klantspecifieke gegevens".

Ten slotte: "Automaat is een compleet systeem zonder modules. Alles is voor iedere gebruiker beschikbaar. En is AutoService Opmaat na enige tijd aan het systeem gewend, dan kan het bedrijf het gebruik steeds verder verfijnen". CSW helpt daar graag bij.

**Mivar: klanten pro-actief benaderen**

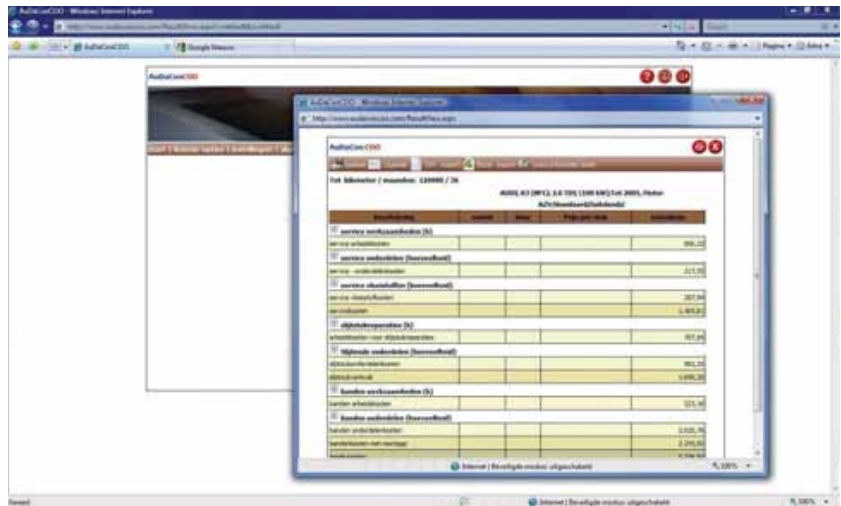
"Met garagemanagementpakket Driver kan AutoService Opmaat zijn klanten op maat bedienen", zegt Mivar. "Het is dan wel belangrijk de klantgegevens goed bij te houden. Driver biedt die mogelijkheid: "AutoService Opmaat kan specifieke zaken als vakantievoorkeuren of gezinsgrootte noteren, net als wensen die van belang zijn voor de klantenbinding: maakt een klant graag gebruik van een leenauto, heeft hij winterbanden, noem maar op. Bij Driver komen dergelijke meldingen naar boven, wanneer een werkorder wordt aangeemaakt".

Met het verzamelen en actief bijhouden van klant- en voertuiggegevens is voor AutoService Opmaat veel te winnen, zegt Mivar: "AutoService Opmaat weet dan wanneer de auto toe is aan de volgende APK of onderhoudsbeurt. Met een sms-bericht of via een mailing stelt het bedrijf de berijder op de hoogte. Zo voorkomt Opmaat dat klanten te lang doorrijden".

Mivar adviseert AutoService Opmaat om Driver te koppelen aan AuDaConCOO: "AuDaCon is een technische database, COO staat voor Cost Of Ownership. Met deze koppeling weet AutoService Opmaat vooraf wanneer een klantauto een onderhoudsbeurt nodig heeft en welke onderdelen dan vervangen moeten worden. Bovendien weet het bedrijf direct de prijs en tijd voor de beurt. Zo kan Opmaat zijn klanten pro-actief benaderen". En: "Omdat met COO de maandelijkse onderhoudskosten in één keer duidelijk zijn, kan Opmaat onderhoudscontracten aanbieden aan grotere klanten".

**JDS: de klant helpt een handje**

JDS, adviseert AutoService Opmaat zijn DMS (Dealer Management Systeem) te combineren met planningprogramma Plan-It en de CaRe-



Met AuDaConCOO weet AutoService Opmaat wanneer welk onderhoud nodig is, en wat dat kost. Dat is de basis voor een pro-actieve klantbenadering.

mail klantensites: "Op zijn persoonlijke CaRe-Mail-site houdt de klant zijn eigen gegevens bij. Zo heeft hij de mogelijkheid wensen en voorkeuren kenbaar te maken. Via de online module van Plan-It maakt hij een werkplaatsafspraak. En de gegevens uit beide systemen worden gevoerd aan het DMS".

Met die drie-eenheid denkt JDS precies te bieden wat AutoService Opmaat vraagt: "De klant dient binnen of buiten werktijd een afspraakverzoek in, hij geeft naar eigen inzicht aan wat er aan de auto moet gebeuren. Hij vinkt aan of hij wel of niet een vervangende auto nodig heeft en hij heeft de mogelijkheid aanvullende opmerkingen te maken. De receptionist beoordeelt of het planverzoek past en bevestigt het geautomatiseerd naar de klant. Vanaf dat moment neemt het systeem de handelingen over. De klant blijft op de hoogte via e-mails en hij krijgt een sms-alert zodat hij de afspraak niet vergeet. Als de auto klaar is krijgt hij opnieuw een sms-je".

Of dat werkt? "Deze combinatie passen we toe bij meer dan 550 bedrijven. Meer dan de helft van de klanten houdt zijn eigen profiel bij."



DMS, Plan-It en CaRemail. De klant houdt zelf zijn gegevens bij en het systeem houdt de klant automatisch op de hoogte.

**AMT.nl Maanddossier**  
 Kijk voor gebruikerservaringen met AutomaaT en River en voor meer artikelen over werkplaatsautomatisering in het maanddossier op [www.amt.nl/oktober2010](http://www.amt.nl/oktober2010).