



01.11.2016

ZUFRIEDENE KUNDEN VIA DROPBOX

Mit einer spannenden und unkonventionellen Idee begeistert der Karosserie- und Lackierbetrieb von Dirk Höhne seine Oldtimer-Kunden. Denn um sie am Reparaturprozess teilhaben zu lassen, nutzt das Team den Online-Speicherdienst Dropbox. In einem für den jeweiligen Kunden freigegebenen Ordner werden dort regelmäßig Fotos von den Restaurierungs- oder Reparaturarbeiten eingestellt. Der Besitzer bleibt so auf dem Laufenden, erfährt, wie es mit seinem Liebhaberstück vorangeht, und bekommt spannende Einblicke in den Prozess. „Wir involvieren den Kunden, sodass er das Gefühl hat, die ganze Zeit dabei zu sein“, erklärt Christoph Höhne, der Sohn des Betriebsinhabers. „Außerdem bleiben wir so in Kontakt und intensivieren die Beziehung zum Kunden.“

EINE IDEE, DIE SICH AUSZAHLT

Dass es sich durchaus lohnt, etwas Zeit in die Beziehungspflege von Oldtimer-Kunden zu intensivieren, wurde auch während **der Oldtimertage des ZKF Anfang Juni 2016 deutlich**. Immerhin hat jeder Oldie-Besitzer durchschnittlich zwei Alltagsfahrzeuge in der Garage stehen, die die Werkstatt ebenfalls für sich gewinnen könnte. Die Freunde des alten Blechs sind also in doppelter Hinsicht eine

spannende Zielgruppe für den K&L-Betrieb. Gelingt es der Werkstatt, ihren Oldtimer-Kunden zu überraschen und zu begeistern, gewinnt er ihn möglicherweise auch als Kunden für seine täglich genutzten Fahrzeuge.

KOMMUNIKATION EBENFALLS IN DER CLOUD

Christoph Höhne, der die Idee zu diesem Projekt hatte, beschreibt im Gespräch, wofür er den Online-Dienst außerdem verwendet: „Wir stellen dem Kunden auf diese Weise nicht nur Bilder bereit, sondern verwalten auch Dokumente wie Vollmachten oder Kostenvoranschläge und kommunizieren über ein im Kundenordner abgelegtes Worddokument mit ihm.“ Dem Word-Dokument kann jeder für den Ordner freigeschaltete Nutzer Notizen hinzufügen – zum Beispiel Fragen nach zusätzlichen Details in der Umsetzung, Kostenfreigaben oder Terminen. Darin sieht Christoph Höhne enorme Vorteile: „Der Kunde kann so zu jeder Zeit – also auch außerhalb unserer Öffnungszeiten – Kontakt mit uns aufnehmen und findet alle relevanten Informationen an einem Ort.“ Das schafft Transparenz und reduziert die Hürde auf Kundenseite, auch bei Kleinigkeiten anzufragen.

INFORMATION NACH BEDARF STATT E-MAIL-FLUT

Einen weiteren Vorteil bietet die Kommunikation via Daten-Plattform: Statt haufenweise E-Mails im Posteingang landen Anfragen, Informationen, Freigaben usw. bereits automatisch im korrekten Kundenordner. Das reduziert den Datenberg auf Kunden- und auf Werkstattseite. „Auf die Information kann ich dann zugreifen, sobald es in meinen Zeitplan passt und zwar von überall aus“, erklärt der Sohn des Betriebsinhabers und ergänzt: „Wenn ich die Dropbox öffne, sehe ich, in welchen Projekten es neue Informationen gibt und kann direkt ins Thema einsteigen.“

VIELE KUNDEN BEGEISTERT

Die Reaktionen der Kunden seien zu Beginn eines Projektes meist verhalten, erklärt Christoph Höhne, der nach seiner Ausbildung zum Karosserie- und Fahrzeugbauer mit Fachrichtung Instandhaltung zusätzlich Wirtschaftsingenieurwesen studiert hat. „Viele reagieren zunächst etwas irritiert und können sich das nur schwer vorstellen“, beschreibt er. „Doch das schlägt schnell um. Unsere Kunden schätzen, dass sie immer wissen, was gerade mit ihrem Oldtimer passiert. So können sie bei der Reparatur oder Instandsetzung quasi live dabei sein.“

Lisa Möckel