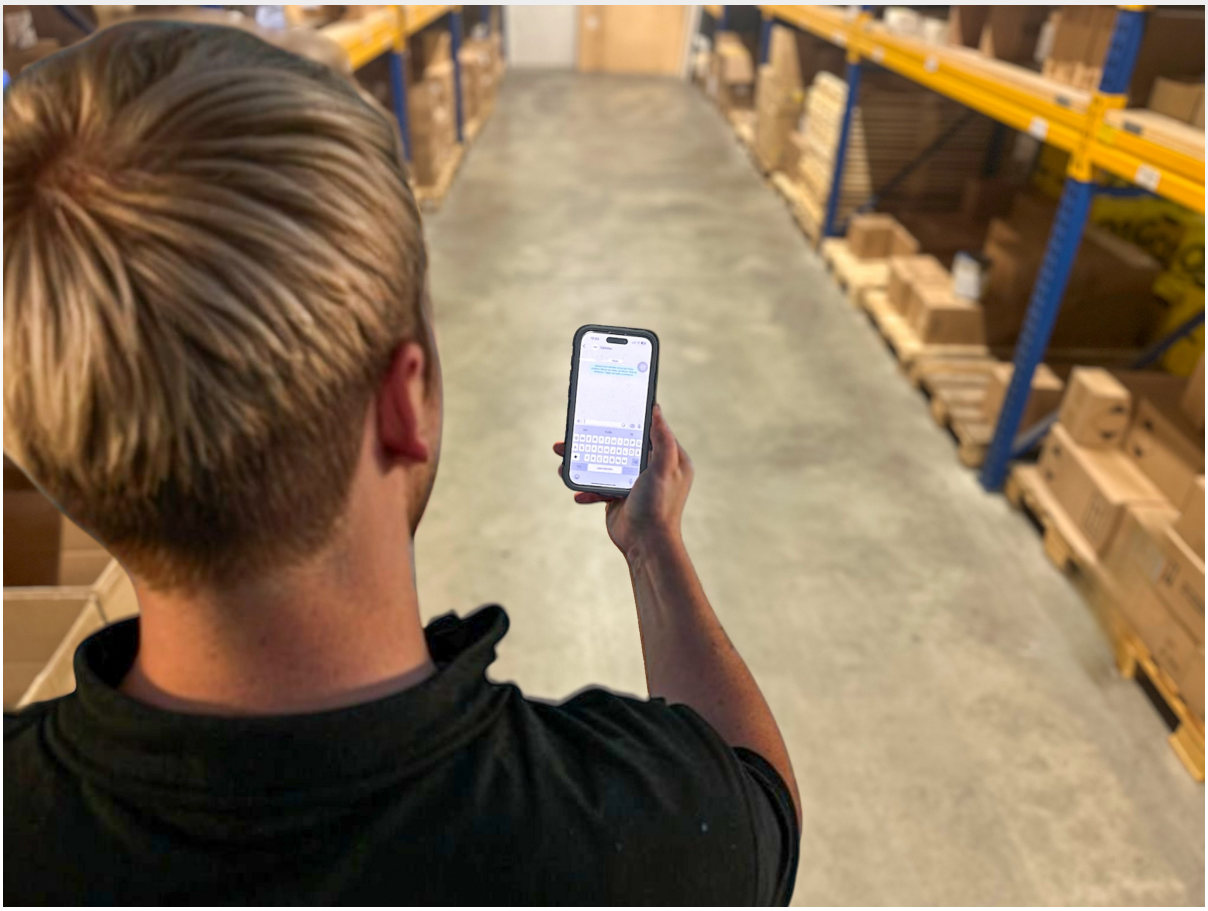
SCHADEN.NEWS



03.09.2025

KUNDENKOMMUNIKATION: WAS BRINGT WHATSAPP-SERVICE FÜR WERKSTÄTTEN?

Der Messenger-Dienst WhatsApp entwickelt sich zunehmend zu einem festen Bestandteil im Kundenservice des Kfz-Schadenmarkts. Werkstätten, Versicherer, Ausrüster oder Verbände wie der ZKF nutzen den Messenger, um Schäden schneller zu erfassen, Informationen auszutauschen und unmittelbaren Support zu bieten. So wird dieser Kanal offenbar zu einem praxisnahen Werkzeug in der Branche. Das hat beispielsweise auch der Werkstattausrüster Carlofon erkannt. „Künstliche Intelligenz ist unumgänglich – aber wir setzen bewusst auf den persönlichen Kontakt“, betont André Herrmann, Geschäftsführer der Carlofon GmbH. „Unsere Kunden sollen weder mit Chatbots noch mit langen Warteschleifen am Telefon Zeit verlieren.“ Deshalb hat der Ausrüster aus Polheim nach eigenen Angaben WhatsApp als zusätzlichen Servicekanal für seine Kundinnen und Kunden eingeführt.

„DIREKTE UNTERSTÜTZUNG IM TAGESGESCHÄFT“

Wie funktioniert dieser Kommunikationsweg mit den Werkstattkunden? Über den neuen WhatsApp-Newsletter erhalten Anwender laut Carlofon sowohl aktuelle Informationen rund um Produkte und Anwendungen, als auch direkte Unterstützung im Tagesgeschäft. „Ob Pumpenstörungen, Fragen zur Verarbeitung oder die Wahl des passenden Mundstücks – unser Team steht per Chat in Echtzeit bereit“, erklärt André Herrmann (Geschäftsführer von Carlofon). Auch Bestellungen würden sich

durch den Kanal schneller und unkomplizierter abwickeln lassen. Laut dem Ausrüster reicht ein Foto, und die Bestellung ist auf dem Weg zu bringen.

Gerade im Werkstattbetrieb zähle jede Minute, meint André Herrmann. „Mit WhatsApp können unsere Kunden uns dort erreichen, wo sie ohnehin täglich kommunizieren. Das erleichtert nicht nur die Arbeit, sondern spart auch Zeit“, führt der Carlofon-Geschäftsführer weiter aus. Per Barcode-Scan können Betriebe den Service abonnieren. „Die Anmeldung erfolgt DSGVO-konform“, erklärt André Herrmann weiter.

PERSÖNLICHER KONTAKT ZU KUNDEN STEHT IM FOKUS

„Unsere Kunden wissen, dass sie bei uns echte Ansprechpartner finden, die ihre Fragen verstehen und sofort helfen können“, betont André Herrmann. So sei der WhatsApp-Kanal für das Unternehmen Carlofon nicht nur Informationskanal, sondern ein Werkzeug, das die Zusammenarbeit mit Werkstätten noch enger und flexibler gestalte. „Für Anwender bedeutet das: schneller Support, weniger Aufwand – und ein Service, der auf Augenhöhe funktioniert“, erklärt André Herrmann abschließend.

Ina Otto