



Landesleiter
Gerhard Jantscher
und Vertriebsleiter
Dominic Krb, BA
MA, CARPLUS, mit
Prok. Rafael Kramer,
Vertriebsleiter
Vogl+Co

360-Grad-Ansatz

Bei Vogl+Co nutzt man das gesamte Spektrum von CARPLUS, das von der Versicherungsvermittlung über Zulassungsstelle und Digitalisierung bis zur Kennzahlenauswertung für die Vertriebssteuerung reicht.

Der stationäre Handel, so wie er in den vergangenen Jahrzehnten gelaufen ist, wird in der Form nicht weiter funktionieren. Das zeigen alle Studien“, berichtet Prok. Rafael Kramer, Vertriebsleiter bei der Vogl+Co-Gruppe. „Es geht in Richtung 360-Grad-Anbieter und deshalb sind Kooperationen wie jene mit Carplus so wichtig“, bringt Kramer die Bedeutung der Zusammenarbeit auf den Punkt.

Der Umfang dieser langjährigen Partnerschaft, der schon vor der Gründung der Carplus mit der Wiener Städtischen begonnen hat und die langjährige Kooperation von Carplus mit Renault (Mobilize Financial Service) als Basis besitzt, ist zuletzt weiter gewachsen. „Die Kunden möchten sich nicht mehr eigenständig um jedes Thema kümmern. Wir müssen daher diesen Convenience-Effekt noch stärker abbilden“, ist Kramer überzeugt.

Zusammenarbeit mit 16 Standorten und 11 Marken

Die Umsetzung ist je nach Standort und Marke individuell und verfügt im Maximalausbau über eine eigene Zulassungsstelle samt Mitarbeitern der Wiener Städtischen im Betrieb, etwa in der Vogl+Co-Zentrale in Graz. Dabei nutzt in jeder Filiale der Verkaufsberater

die Versicherungs-Möglichkeiten von Carplus auf digitalem Weg, bei Spezialfragen oder anderen Problemlösungen stehen Landesleiter Gerhard Jantscher oder die Mitarbeiter der Wiener Städtischen zur Verfügung. „Wir bieten Beständigkeit, das ist für unseren Konzern sehr wichtig. Man darf sich auf uns verlassen, das betrifft sowohl den Endkunden wie auch den Partner“, erklärt Carplus-Vertriebsleiter Dominic Krb, BA MA. „Diese nachhaltige Zusammenarbeit verbindet uns ebenso mit der Firma Vogl wie

„Das Autohaus muss ein allumfassender Dienstleister werden, über alle Kanäle. Das müssen auch wir abbilden.“

Dominic Krb, Vertriebsleiter CARPLUS

der moderne Zugang zum Kunden. Das Autohaus muss ein allumfassender Dienstleister werden, über alle Kanäle. Das müssen auch wir abbilden und für unsere Partner ein Coach in der Digitalisierung sein.“

Kennzahlen-Analyse

Zur Digitalisierung gehört auch modernes Reporting. „Wir haben eine Analyse der wichtigsten Kennzahlen entwickelt, die eine moderne Vertriebssteuerung ermöglichen“, erklärt Krb. In Zusammenarbeit mit Kramer wurden dafür die relevanten Kennzahlen digitalisiert, heruntergebrochen auf Standorte, Marken und Mitarbeiter. „Wir wollen verstärkt mit Kennzahlen führen“, so Kramer. Das hat nicht zuletzt durch die Volatilität des Marktes an Bedeutung gewonnen. • (GEW)