



Am Puls des Kunden

24/11/2017 Ein Porsche-Manager folgt der Spur seiner Kunden. Manchmal fährt er auch voraus.

Michael Drolshagen hat die Kunden von Porsche im Blick. Den Leiter des Bereichs After Sales interessiert, was sie nach dem Kauf eines Fahrzeugs erleben. Dabei stellt er höchste Ansprüche: „Kundenzufriedenheit ist ein Hygienefaktor“, sagt der Ingenieur. In seinen Augen sollte dieser Zustand selbstverständlich sein und bildet nur die Ausgangsbasis für ein höheres Anliegen: Die persönliche Bindung betrachtet er als Kür. In diese möglichst individuelle Beziehung zu den einzelnen Kunden gilt es zu investieren. Gerade in Zeiten der digitalen Transformation.

Bei Porsche beginnt das schon lange, bevor der Kunde zum ersten Mal den Motor startet. Drei Monate vor dem Abholtermin erhält er eine übersichtliche App, die genau auf sein Fahrzeug zugeschnitten ist. Wenn er möchte, kann er sich damit schon vorab mit den Funktionen vertraut machen. Das persönliche Gespräch beim Übergabetermin orientiert sich daran, wie der Kunde diese digitale Version seines Benutzerhandbuchs bis dato genutzt hat. Was kennt er schon und was ist noch relevant für ihn? „Die App gibt uns die Chance, genau auf die Bedürfnisse der Kunden einzugehen“, erklärt Drolshagen. Die Anwendung aus dem Bereich Customer Relations von Porsche kommt pilothaft in den USA bereits zum Einsatz und soll bald weltweit ausgerollt werden.

Digitalisierung ändert die Erwartungshaltung

Die App ist nur ein Element innerhalb des After-Sales-Systems, das alle Kontaktpunkte mit den Porsche-Kunden umfasst. Gemeinsam mit Beratern von Porsche Consulting arbeiten Drolshagen und seine Mitarbeiter an der Weiterentwicklung dieses Systems. Die Betreuung von Porsche-Kunden auf der ganzen Welt soll ins digitale Zeitalter überführt werden. Oberstes Ziel ist es, jedem Porsche-Fahrer eine genau auf ihn zugeschnittene Betreuung anzubieten. Dafür werden die neuesten technologischen Möglichkeiten genutzt. „Digitalisierung ist überall. Sie ändert die Erwartungshaltung dahingehend, dass man jetzt wirklich alles vernetzt bekommt. Egal worüber wir sprechen, wir denken immer die digitalen Möglichkeiten mit“, sagt Drolshagen. Doch wer glaubt, nun werde die Kommunikation mit den Kunden rein virtuell, der irrt.

Linksammlung

Link zu diesem Artikel

<https://newsroom.porsche.com/de/unternehmen/porsche-consulting/porsche-consulting-kunden-zufriedenheit-after-sales-michael-drolshagen-customer-relations-digital-14575.html>

Media Package

<https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/69590b54-892e-4398-bf33-6cbe92e37aaa.zip>

Externe Links

<https://www.porsche-consulting.com/de/home/>

https://www.porsche-consulting.com/de/medien/porsche-consulting-das-magazin/?cHash=5af742b65bf788419013bf54b8966011&tx_xxmultimedia_pi1%5Bfile%5D=1837&tx_xxmultimedia_pi1%5Baction%5D=download