

## VIDEOCHAT

# Gesicht zeigen

Das Autohaus ATH setzt für den Kundenkontakt auf das Videochat-Tool von 123.Chat. Das geschieht inzwischen nicht nur so einfach und selbstverständlich wie Telefonieren. Es erleichtert auch den Zugang zum Autohaus und macht den Kontakt für die Kunden erlebbarer.

von Felix Altmann



Bei ATH setzt man besonders auf eine persönliche Kundenansprache auch im digitalen Zeitalter. Deshalb begrüßen Felix Neugebauer (rechts) und seine Mitarbeiter Bestandskunden und Interessenten nicht nur per Telefon, sondern neuerdings auch per Videochat mit dem Tool von 123.Chat.

**K**aum ein Ereignis hat in den letzten Jahren den digitalen Fortschritt im Autohandel derart befeuert wie die Pandemie. Geschlossene Filialen, Homeoffice – neue Lösungen mussten her, um weiter auf die Bedürfnisse der Kunden eingehen zu können. Und so setzten sich immer mehr digitale Tools und Angebote durch, die in anderen Branchen längst Standard waren. Eines davon ist der Videochat. Nicht nur intern für Meetings, sondern von Angesicht zu Angesicht mit dem Kunden, auch wenn dieser vielleicht hunderte Kilometer entfernt zu Hause auf dem Sofa sitzt.

## Digitale Türklinke

Als auf dem Höhepunkt der Pandemie schließlich niemand mehr in sein Autohaus kam, suchte ATH-Geschäftsführer Felix Neugebauer nach einer Lösung, um weiterhin mit den Kunden in Kontakt treten zu können. Dieser sollte aber nicht nur digital, sondern auch so persönlich wie möglich sein. Auf der Suche nach einer Lösung stieß er schließlich auf den Anbieter 123.Chat aus Berlin. Das 2020 von Patrick Bütow und Marcel Hencke gegründete Start-up gibt Unternehmen ein Video-Chat-Tool an die Hand, das klassischen Textchat und Videotelefonie kombi-

niert. „Die Hauptidee dahinter war, eine Art Türklinke zur Website des Händlers zu schaffen“, erklärt Patrick Bütow, Geschäftsführer von 123.Chat. Natürlich nutzen auch Unternehmen aus anderen Branchen das Tool. Im Autohandel sah Bütow jedoch einen besonders hohen Bedarf, da hier eine breit gefächerte Zielgruppe an Kunden auch kontaktlos optimal betreut werden müsse.

## Videochat kann mehr

Nun sind Chatfenster auf einer Website nichts Neues. Dass man aber innerhalb weniger Sekunden einen Autohausmitar-

beiter live und in Farbe vor dem Bildschirm hat, mit dem man sein Anliegen besprechen kann, hebt das Ganze jedoch auf ein neues Level. „Das Tool musste einfach zu bedienen sein und dem Kunden einen direkten Zugang zum Autohaus ermöglichen. Mit Zoom und Teams wären wir da nicht weitergekommen“, meint Felix Neugebauer. Darüber hinaus waren Textchats laut Neugebauer nicht in der Lage, gerade die komplexen Sachverhalte mit den Kunden abzuklären.

Mit 123.Chat können Nutzer auf der Website des Händlers nicht nur einen spontanen Videochat mit einem Mitarbeiter starten, sondern auch einen Termin für einen späteren Zeitpunkt buchen oder eine Nachricht hinterlassen. Damit reagiert Neugebauer auf die durch den E-Commerce gestiegenen Anforderungen an Händler, immer erreichbar zu sein. „Viele Kunden erwarten auch von uns inzwischen eine ständige Erreichbarkeit. Mit dem Chat-Tool können wir auch außerhalb der Geschäftszeiten dem Kunden wenigstens eine Reaktion in Form einer automatischen Antwort bieten. Das macht es so attraktiv für uns“, erklärt Felix Neugebauer.

## Fast wie vor Ort

Für Patrick Bütow ist 123.Chat eine vertrauensbildende Maßnahme: „Der Kunde erreicht sofort jemand im Autohaus und der Verkäufer will ja auch möglichst nah am Kunden sein. Dies wird in der heutigen Zeit immer wichtiger. Inzwischen interessieren sich laut Felix Neugebauer auch viele Kunden aus anderen Regionen für seine Fahrzeuge. Umso wichtiger sei es dann für den Kunden, sich ein Bild vom Autohaus und seinem Verkäufer machen zu können. Aus diesem Grund kann der Händler das Videotool auch in Farbe und Schrift an seine eigene Corporate Identity anpassen.

Der kann wiederum dem Kunden einen Gebrauchtwagen direkt via Videochat vorführen. „Zu diesem Zweck ist auch demnächst eine App-Version für Smartphone und Tablet geplant“, berichtet Patrick Bütow. Der Verkäufer könne dann mit dem Tablet zu dem jeweiligen Fahrzeug gehen und dem Interessenten auch kleinste Details mit der Kamera zeigen. „Viele Kunden wollen den Fahrzeugkauf oder die Finanzierung bereits digital abwickeln. Was dann aber dennoch in dem gesamten Prozess fehlt, ist ein persönlicher Kontakt, um Vertrauen herzustellen“, so Felix Neugebauer. Gleiches gilt übrigens auch für die Werk-



Geschäftsführer Patrick Bütow (rechts) hat das Start-up gemeinsam mit Marcel Hencke gegründet. Neben dem Autohandel ist 123.Chat auch noch in weiteren Branchen aktiv.

statt. Ein Servicemitarbeiter kann dem Kunden die Reparaturmaßnahme am Fahrzeug erklären. Dadurch würde der gesamte Prozess für den Kunden transparenter und nachvollziehbarer.

## Datenschutz Made in Germany

Ein weiterer Vorteil von 123.Chat: Das Unternehmen hat seinen Sitz in Deutschland, wo auch die genutzten Server stehen. Das bedeutet, der Videochat unterliegt der strengen DSGVO. Bei der Registrierung kann der Händler einen Auftragsvertragsvertrag herunterladen, den er für die rechtliche Grundlage unterschreibt. Im Anschluss stellt 123.Chat auf der Unternehmenswebsite einen vorgefertigten Text zum Datenschutz bereit. Der Händler kann diesen Passus in seiner eigenen Datenschutzerklärung einbauen, wodurch der Datenschutz gegenüber dem Kunden vollständig gewährleistet wird. Auch wird der Kunde, bevor der Videochat mit einem Mitarbeiter startet, ausdrücklich gefragt, ob er damit einverstanden ist, dass die Kamera seines Computers oder Smartphones

gestartet wird. Damit der Kunde laut Felix Neugebauer nicht überrascht wird, dass er plötzlich in dem Videochat zu sehen ist.

## Kundenwünsche

Neue Funktionen bei 123.Chat wurden während des ersten Jahres auf Feedback und Ideen der eigenen Kunden verwirklicht. Zum Beispiel konnte zu Beginn nur zwischen einem generischen männlichen oder weiblichen Gesprächspartner, der den User im Chatfenster begrüßt, gewählt werden. Felix Neugebauer hatte dann als Erster den Wunsch, dass ein Video von ihm selbst abgespielt wird. Dadurch sieht der Nutzer gleich einen Vertreter des Autohauses, ehe er den Chat startet. Solch ein Input ist laut Patrick Bütow sehr wichtig für 123.Chat, um in Zukunft die Bedürfnisse des Autohandels noch besser abdecken zu können.

## Eine Marke im Netz

Mit 123.Chat will Felix Neugebauer den digitalen Auftritt seines Autohauses vorantreiben. „Dadurch schließen wir den Kreis zu unseren Social-Media-Kanälen, auf denen wir uns ebenfalls in Wort und Bild präsentieren“, so Neugebauer. Der Kia-Händler aus Leonberg bei Stuttgart hat dank cleverer Social-Media-Auftritte, eigenem Merchandise und weiteren Marketingaktionen die Marke seines Autohauses auch über die regionalen Grenzen seines Heimatortes hinaus bekannt gemacht.

Felix Neugebauer und sein 25-köpfiges Team sind der Beweis, dass es nicht auf die Größe ankommt, um als Händler digital eine gute Figur zu machen. Mit 123.Chat hat er es nun geschafft, durch Live-Videochat das Telefon in das 21. Jahrhundert zu bringen. Die Kunden freut's! ■



Im Chat-Fenster wird der Kunde auf der Händler-Website mit einem Standardvideo begrüßt.