

YOU DRIVE, WE CARE.



Partner oder doch nur Kunde?

Das Geheimnis einer perfekten Kundenbeziehung

Volkmar Link | DKV Mobility | 25. April 2024



**PARTNER ODER
DOCH NUR KUNDE?**



AGENDA

1

Meet the
Presenter

2

Wer oder was
ist eigentlich
DKV Mobility?

3

Customer Life
Cycle Management

- I. Erster Schritt: Akquisition
- II. Zweiter Schritt: Onboarding
- III. Dritter Schritt: Care Phase
- IV. Vierter Schritt: Churn Prävention

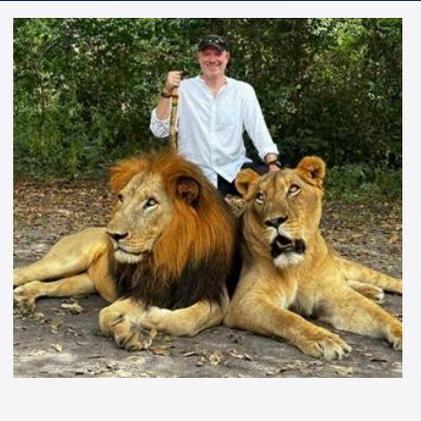
4

Warum der Mensch
der entscheidende
Faktor ist

MEET THE PRESENTER

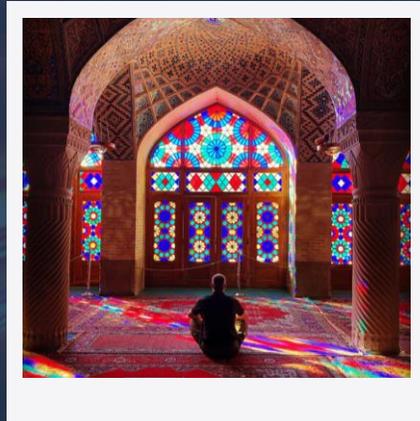
1967

In Dortmund
geboren



1987

Ausbildung
zum
Bankkaufmann

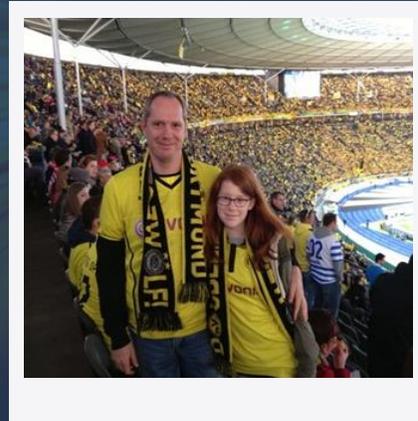


1993

BWL-Studium
Dortmund/
Marketing Degree
Buffalo, USA

1994 – 2002

3 Stationen
in Marketing
und Vertrieb



2003

Start bei **DKV
Mobility** als
regionaler
Vertriebsleiter

2024

Vice President
Sales D-A-CH &
GF DKV Austria





DAS IST DKV MOBILITY

- » DKV Mobility ist die führende europäische B2B Plattform für On-the-Road Paymentlösungen.

- » Unsere LKW-, PKW-, und Bus-Kunden können mit unseren Produkten z.B. ...
 - ... ihre Fahrzeuge betanken / mit Strom laden
 - ... ihre Flotten durch Wallboxen elektrifizieren
 - ... europäische Mauten abrechnen
 - ... Mehrwertsteuerrückerstattung nutzen
 - ... parken, waschen, reparieren, etc.

- » Außerdem bieten wir viele digitale Produkte und Lösungen an wie z.B. ...
 - ... Telematik Systeme
 - ... Fuhrparkmanagement-Software
 - ... Analysetools
 - ... etc.



90 Jahre
auf dem Markt



~ 2.400
Mitarbeiter
(12/2023)



17 Mrd. €
Transaktions-
volumen (12.2022)



Über 50
Serviceländer



~ 356.000
Aktive B2B-
Kunden (12/2023)



~ 66.000
Angeschlossene
Tankstellen in Europa
(12/2023)



~ 666.000
Ladepunkte
in Europa (02/2024)



40
NPS

DAS IST DKV MOBILITY

CUSTOMER LIFE CYCLE MANAGEMENT



AKQUISITION

CUSTOMER LIFE CYCLE MANAGEMENT



ONBOARDING

CUSTOMER LIFE CYCLE MANAGEMENT



CARE PHASE

CUSTOMER LIFE CYCLE MANAGEMENT



CHURN PRÄVENTION

CUSTOMER LIFE CYCLE MANAGEMENT



AKQUISITION



ONBOARDING



CARE PHASE



**CHURN
PRÄVENTION**

AKQUISITION

Die ersten, aber oftmals entscheidenden Schritte

Vorbereiten



Zuhören



Individualisieren



Abschließen

„Einzigartigkeit des Kunden im Fokus haben“

- » Vorab Recherche über LinkedIn/Xing etc.
- » Unternehmens-Details kennen
- » Pressemitteilungen nutzen

„Mehr zuhören als selber reden“

- » Erstkontakt nicht unterschätzen und „echtes“ Interesse zeigen
- » 360° Beratung

„Individuelle Lösungen anstatt Standard“

- » Angebote individualisieren
- » Mehrwerte schaffen und Schmerzen lindern

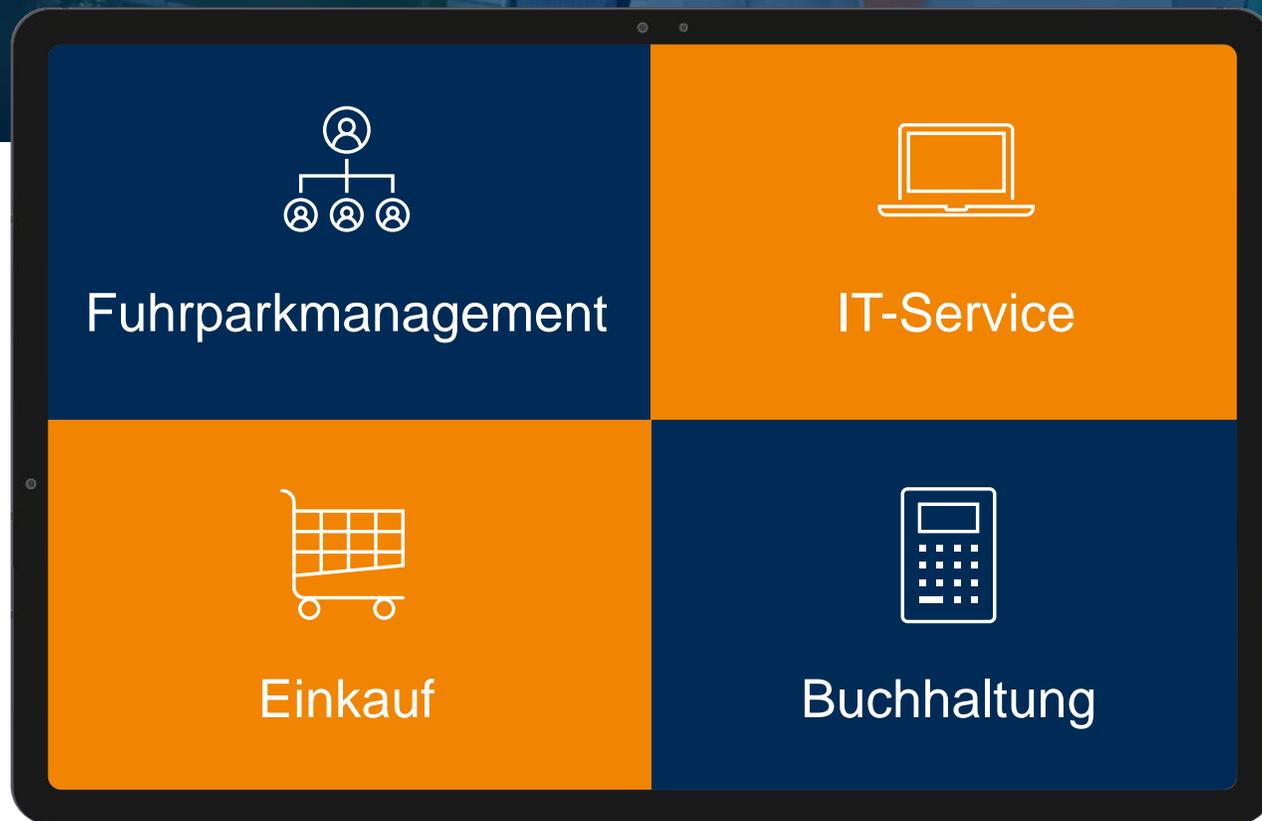
„Vertragspartner und Stakeholder überzeugen“

- » Angst vor der Veränderung nehmen
- » Internes Stakeholdermanagement im Blick haben

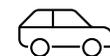
90% des Erfolgs ist die Vorbereitung!

ONBOARDING

Einbindung aller relevanten Abteilungen



Legal



Fahrer



Subunternehmer/Externe Partner



Kreditmanagement



Geschäftsführung

CARE PHASE

Den Kunden „aktiv“ betreuen

„Der Abschluss eines Geschäfts ist nicht das Ende, sondern der Anfang einer Kundenbeziehung.“



Zeige dem Kunden Anerkennung und Wertschätzung durch Dein aktives Handeln:

- » Regelmäßigen Telefon-, E-Mail- und Vor-Ort Kontakt halten
- » NPS-Umfragen als Spiegel der Kundenzufriedenheit
- » Schnelles und professionelles Reklamationsmanagement
- » Regelmäßiges Informationsmanagement über Neuigkeiten (Newsletter)
- » Neujahrsgrüße/Geburtstagsgrüße
- » Jubiläumsaktionen und Veranstaltungseinladungen
- » und vieles mehr

CHURN PRÄVENTION

Gezielt Kundenabgang verhindern

Identifizierung von Kunden, die ein hohes Risiko für eine Abwanderung aufweisen

→ Proaktive Maßnahmen ergreifen, um Bedenken des Kunden auszuräumen und seine Zufriedenheit wieder zu erhöhen.

Churn Prävention

- » Mtl. Umsatzmonitoring
- » Quartals- oder Jahresgespräche
- » Gründe für die Unzufriedenheit erfragen
- » NPSplus Abfragen
- » Zurückgewinnung bei Teil- oder Totalverlust
- » Up- und Cross-Selling Angebote

ALLE SCHRITTE ZUR PERFECTEN KUNDENBEZIEHUNG AUF EINEN BLICK

Akquisition

Vorbereitung vor dem Erstkontakt, Individuelle Angebote

- » Den Kunden von Anfang an begeistern

Onboarding

Schulungen, Trainings über Online-Tools, Welcome Calls

- » Gute Vorbereitung des Kunden auf „das Neue“ führt zu mehr Entlastung

Care Phase

Mit dem Kunden im „intelligenten“ Kontakt bleiben

- » Der Kunde wird zum Partner

Churn Prävention

Veranstaltungseinladungen, Produktentwicklungen, Zurückgewinnung

- » Durch bewusstes und gezieltes Handeln Kunden langfristig an das Unternehmen binden

Kundenorientierung bedeutet, die Kunden als Partner und Botschafter des Unternehmens zu behandeln und zu schätzen

WARUM DER MENSCH DER ENTSCHEIDENDE FAKTOR IST

Passion for People und People with Passion - Zeige echtes Engagement für den Mitarbeiter. <<

Fördere die Zusammenarbeit zwischen Außendienst und Customer Service. <<

**Zufriedene
Mitarbeiter**

**Zufriedene
Kunden**

- >> Create Clarity wenn es um die strategischen Pfade geht, die eingeschlagen werden.
- >> Schule die Mitarbeiter und entwickle sie intern weiter, um alle auf dem neuesten Stand zu halten.
- >> Schaffe eine Kultur, in der eine klare, freundliche und positive Sprache verwendet wird.



DIE GEHEIMNISSE SIND GELÜFTET

- 1 Vorbereitung zum **Erstkontakt** besonders wichtig
- 2 **Onboarding** vertieft das Vertrauen
- 3 **Customer Life Cycle Management** aktiv gestalten
- 4 **Betreuung** durch den Customer Service macht den Unterschied
- 5 Erhalt der Kunden durch **intelligente Maßnahmen** sicherstellen
- 6 Die **Mitarbeitenden** als das wertvollste Gut verstehen

„Die Erwartungen des Kunden zu treffen, reicht nicht – Ziel muss es sein, sie zu übertreffen.“

DATAFORCE Studie 09/2023

Tankkartenanbieter in
Deutschland

„Durchdringung Rang 1 – 10“



„DKV MOBILITY
MIT DEUTLICHEM
VORSPRUNG
AUF RANG 1“

„Der Abstand zu den weiteren Plätzen konnte von DKV noch weiter ausgebaut werden!“

Vielen Dank für Eure Aufmerksamkeit!

Volkmar Link

 +49 171-2342095

 Volkmar.Link@dkv-mobility.com

QR-Code
zum
LinkedIn-
Profil

