



Stellenbeschreibung Customer Care Manager

1.0 Customer Care Manager im Autohaus

Customer Care Manager

Der Customer Care Manager stellt den wichtigsten fachlichen Ansprechpartner für den Kunden dar, bei Kundenbeschwerden, generell bei Nichtzufriedenheit und auch bei Informationsanfragen.

Der Customer Care Manager ist der direkte Ansprechpartner und die Schnittstelle zwischen dem Kunden bzw. dem Customer Services Center in Mailand und/oder der Abteilung Customer Relations in Frankfurt, wo die Anfragen der Kunden bearbeitet werden, und dem Autohaus.

Er repräsentiert das Image des Autohauses und der Marke in Bezug auf den Kundenservice.

1.1 Rolle des Customer Care Managers

Umfang und Verantwortlichkeiten

Er ist für die Bearbeitung der Beschwerden von Kunden sowohl bei Schwierigkeiten im After Sales als auch im Verkauf verantwortlich.

Er ist verantwortlich für die Kundenzufriedenheit.

Er ist an der Erreichung der zugewiesenen qualitativen Ziele (Behandlung der Kunden in den Vertriebs- und Kundendienstprozessen) und der Überwachung der Qualitätsindikatoren wie CSI - Customer Satisfaction Index (Kundenzufriedenheitswerte) und KPI - Key Performance Index (Bearbeitungszeiten) im Autohaus beteiligt.

1.2 Beschreibung der wichtigsten Aufgaben

Aufgabenbereich (Makroaktivitäten)

Direkter Ansprechpartner der Kunden bei Beschwerden bzw. Unzufriedenheit.

Er empfängt und begrüßt die Kunden.
Dem Kunden zuhören und Details der vorgetragenen Beanstandungen bzw. Unzufriedenheitsgründe erfragen, damit alles für ihn nachvollziehbar ist. Er hält die relevanten Punkte der Kundenbeschwerden schriftlich fest, so dass jederzeit auch in seiner Abwesenheit eine Vertretung bzw. ein Mitarbeiter im Autohaus die Beschwerde nachvollziehen kann.

Die Beschwerden der Kunden beurteilen und interne technische oder kaufmännische Lösungen ausarbeiten (in Zusammenarbeit mit Werkstattleiter, bzw. Vertriebsleiter, etc.). Gegebenenfalls Rücksprache mit seiner Geschäftsleitung nehmen um eine kundenorientierte Lösung zu schaffen. Sollten die vorausgegangenen Aktivitäten wider Erwarten die Zufriedenheit des Kunden nicht wieder hergestellt haben, dann hat der Customer Care Manager die Möglichkeit, seine Ansprechpartner bei Customer Relations zu kontaktieren.

Wenn die Beschwerde des Kunden von der Abteilung Customer Relations an den Customer Care Manager herangetragen wird, setzt sich der Customer Care Manager intern im Autohaus und auch gemeinsam mit der Abteilung Customer Relations für eine kundenorientierte Lösung ein. Er bleibt auch hier der direkte Ansprechpartner für den Endkunden und übernimmt bzw. beteiligt sich (je nach Fall) an der Kommunikation gegenüber dem Endkunden. Es ist wichtig, dass auch hier eine Beurteilung und Einschätzung durch den Customer Care Manager erfolgt. Er trägt alle zur Bearbeitung erforderlichen Informationen zusammen und informiert die Abteilung Customer Relations bzw. übermittelt die Antwort an den jeweiligen Kundenbetreuer der Abteilung Customer Relations.

Er unterbreitet Vorschläge um die Kundenzufriedenheit wieder herzustellen (Servicepakete, Kulanzangebote, etc.). Zusammenarbeit mit allen Abteilungen des After Sales Services zum Erreichen der festgelegten quantitativen und qualitativen Ziele, indem informative sachbezogene Beiträge geleistet werden, um die Kohärenz mit den Gegebenheiten des Händlers zu gewährleisten.

1.3 Profil / Kompetenzen

Profil

Die Definition des Profils des Customer Care Managers wird anhand der Schwerpunkte seiner Arbeit ausgearbeitet:

Technische Kompetenzen

Er arbeitet prozessorientiert und ist fähig Prozesse schnell und effektiv zu verbessern.

Er kennt die Wichtigkeit des ersten Eindruckes und besitzt die Fähigkeit Kunden zu begrüßen/empfangen.

Er kennt die Einzelheiten und Verfahren im Garantiefall.

Er kennt die After Sales Prozesse wie z.B. Anfragen bei Te.Se.O. (Technischer Help Desk), Anfrage bei Parts & Services (Ersatzteile), Garantieabwicklung über eSIGI++ (Garantiesystem) etc..

Er ist in der Lage, die vom Kunden vorgetragenen Beanstandungen nachzuvollziehen und zu beschreiben.

Er ist in der Lage weitere Schritte mit den Kunden zu vereinbaren.

Da kein Kunde dem anderen gleicht, ist er in der Lage, den angemessenen Kommunikationsstil zu finden und diesen anzuwenden.

Er kann den von der Marke und/oder dem Autohaus vorgesehenen Service, einschließlich Kulanzangebote, anwenden und hat auch von seinem Arbeitgeber die entsprechende Befugnis bzw. Entscheidungsfreiheit.

Verhaltenskompetenzen

Er kann sich positiv mit dem Kunden austauschen, um ihm Informationen bezüglich der Ereignisse, die während des Kundendienst- und Verkaufsprozesses eingetreten sind, zu geben.

Er hat gute Führungseigenschaften.

Er verfügt über die Eigenschaft, gut zuhören zu können.

Er kann mit Veränderungen umgehen.

Er ist entscheidungsfreudig.

Er kann im Team arbeiten und ist lösungsorientiert.

Er hat einen guten Stand im Autohaus, sodass er keinerlei Schwierigkeiten hat sich mit den anderen Ansprechpartnern im Autohaus auszutauschen und steht somit auch diesen zur Verfügung.

Er unterstützt die Beziehung zum Kunden in allen Phasen des Verkaufs- und After Sales Prozesses.



2.0 Ansprechpartner bei Mobilitätsfällen

Zentraler Ansprechpartner für das Link & Chase Team (Informationsfluss bezüglich der Inanspruchnahme von Ersatzfahrzeugen, Reparaturdauer, Ersatzteilbestellung etc.)
Zentraler Ansprechpartner für die Mobilitätsdienstleister AvD und Europ Assistance. (Die Kontaktdaten des Customer Care Manager werden in die Systeme der Notrufzentralen - AvD und Europ Assistance - eingespielt.)

3.0 Informationsversorgung im Autohaus und Richtigkeit/Vollständigkeit der Kundendaten

Verantwortlich für den Informationsstand aller Mitarbeiter des Autohauses über die Ergebnisse der Kundenzufriedenheitsbefragungen sowie für die Entwicklung von Optimierungsansätzen unter Einbeziehung dieser Mitarbeiter.

Verantwortlich für Vollständigkeit und Richtigkeit der Kundendaten, die in die Systeme wie z.B. LINK, esales, eSigi++ und in das verwendete DMS System im Autohaus einzupflegen sind. Zudem ist darauf zu achten, dass die Datenschutzerklärungen der Kunden, in denen die Kunden Fiat erlauben, sie zwecks Kundenzufriedenheitsbefragungen zu kontaktieren, auf dem Kaufvertrag, Werkstattauftrag etc., enthalten sind und dass diese unterschrieben und korrekt in die o.g. Systeme eingegeben werden

3.1 Nachfasskontakte

Er ist im Autohaus für die Nachfasskontakte bei den Endkunden verantwortlich.

4.0 Umsetzung der Aktivitätenpläne

Ansprechpartner und Verantwortlicher für die Umsetzung aller mit unseren zuständigen Außendienstmitarbeitern festgelegten Aktivitätenpläne hinsichtlich der Steigerung der Kundenzufriedenheit.

