



veact

JLR x Veact

Onsite Meeting Kronberg 05.05.2026

Sarah Schäbitz

Agenda

01

JLR Owners / Stakeholders

02

Übersicht Upgrade Professional Paket

03

Übersicht Jahresplanung 2026/2027

04

Projekte 2026/2027

05

Integration JLR Middleware

06

Reporting

07

Landingpages



veact

Stakeholders

Verantwortung, Koordination, Umsetzung

Verantwortung Koordination/ Umsetzung

Topic	JLR Lead	VEACT Lead	Beschreibung
Overall Project Lead	Bernhard	Sarah	
Verlängerung Sales Kampagnen	Emily / Paul	Thomas / Sarah	
Service Marketing (inkl. Zubehör)	Colin	Thomas	
Service 5+ / Retention	Mara	Sarah	
Concierge Landing Page (Mixed Sales & Service)	Sales: Emily / Paul Customer Care: Colin	Thomas & Michael B.	
Projekt Middleware (ilexius)	Olaf Repp	Sarah	
Retailer Network – Professional Packages Support	Bernhard (nimmt es dann mit Niklas Mai auf)	Thomas (O) + Sarah (S)	
Customer Care Rabatt Matrix (ehemals Customer Care Bonus)	Mara	Sarah	

The background of the slide is a long-exposure photograph of a winding road at night. The road curves from the bottom left towards the right, with bright red and white light trails from cars. In the distance, the Milky Way galaxy is visible in a dark, starry sky above a range of dark mountains.

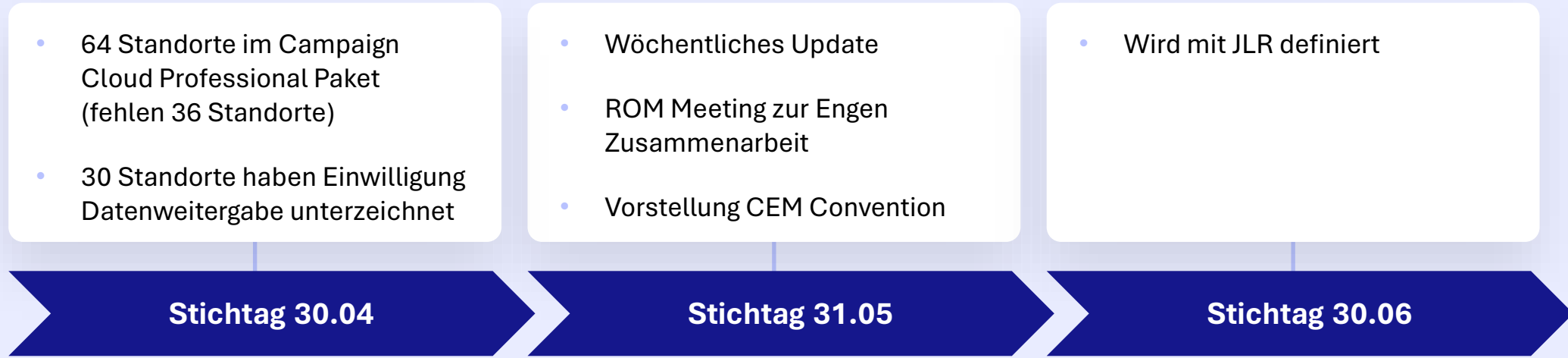
veact

Upgrade

Campaign Cloud

Übersicht und aktueller Status

Übersicht + aktueller Zeitplan





veact

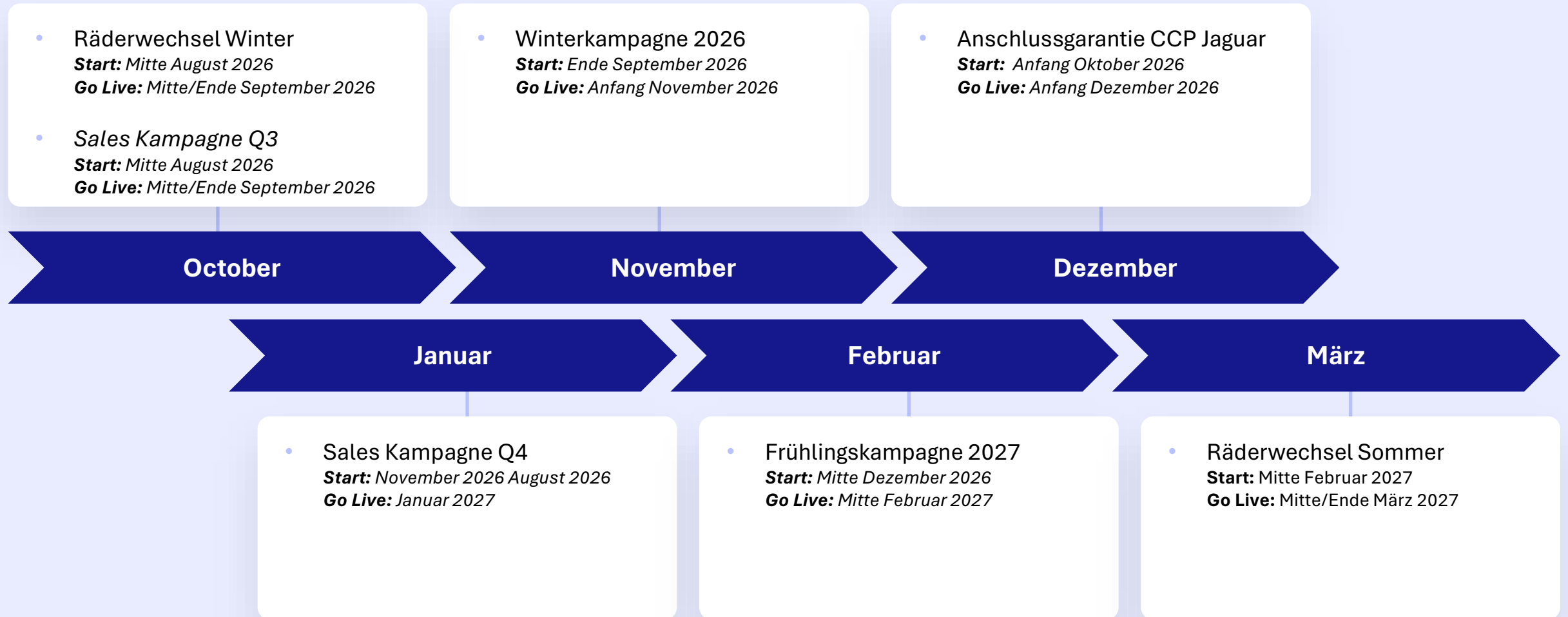
JLRD
Jahresplanung

Übersicht Jahresplanung 2026/2027

Kampagnenplanung + Events Q1+2 2026/2027



Kampagnenplanung + Events Q3+4 2026/2027





veact

JLRD Projekte 2026/2027

Übersicht neue Produkte, Pilotphasen und
Weiterentwicklungen

Projekte 2026/2027

- Upgrade Professional Paket
 - Prof. Paket verpflichtend für alle dt. Händler
 - Pflichtkampagnen
 - Reportings auf Händlerebene
- Data Improvement
 - Kundenvitalitätsanalyse
 - Datenbereinigung in House
 - E-Mail Validation + Spotlight
- Retention Program JLR Europe
 - Angebotsintegration in mtl. Kampagnen
 - Kommunikation pro Segmenten und Carline
- WKR Kampagne
 - Personalisierte Angebote on HoB

Integrationen 2026/2027

- Integration JLR Middleware
 - Dies erst nach Tenderphase konkretisiert.
 - Smart und Topix Integration im Fokus
- Integration EVHC
 - Offene Potentiale nach Werkstattbesuch werden als Follow Up Leads verarbeitet und nachkontaktiert.

Weiterentwicklungen 2026/2027

- Sales Kampagnen
 - Landingpages inkl. personalisiertem Dealer shop
 - Leadgenerierung inkl. Eventtracker
- Concierge Landingpage
 - Personalisiertere Landingpage für alle offenen Bedarfe und Zusatzplatzierung
 - Service 2 Sales Umsetzung
 - Angebotsintegration
 - Incl. Dealershop für After Sales & Sales





veact

Sales Kampagnen

Koordination, Umsetzung und Verantwortung

Zeitplan



A night landscape featuring a winding road with light trails from cars, set against a backdrop of dark mountains and a starry sky with the Milky Way galaxy visible. The text is overlaid on the left side of the image.

veact

WKR

Kampagne

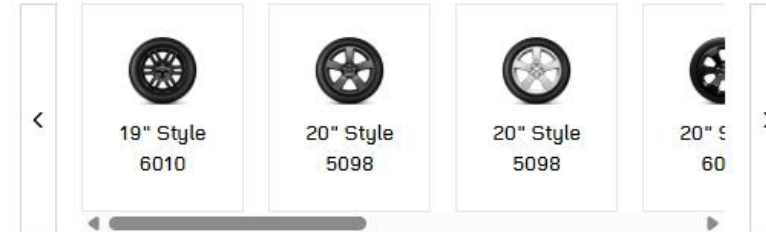
Verantwortung, Konzept und Umsetzung

Winterkompletttradvermarktung

Unser Ansatz

- Entwicklung einer personalisierten Landing Page für den Kunden, auf der ausschließlich maßgeschneiderte Angebote für sein Fahrzeug präsentiert werden – inklusive der Möglichkeit, saisonale Produkte wie Winterzubehör gezielt zu integrieren.
- Optimierung und Vereinfachung des Individualisierungsprozesses für Preise im Dealer Shop, um eine effizientere und benutzerfreundlichere Anpassung zu ermöglichen.
- Interessenten können direkt über das Lead-Dashboard effizient nachverfolgt und gezielt kontaktiert werden.

NUR FÜR SIE



PASSENDE WINTERKOMPLETTTRÄDER

Für Ihren Defender 90 Station Wag
zusammengestellt. Wählen Sie ein
Informationen zu erhalten.
Wenn Sie Interesse an einem der
anfragen". Sobald Sie Ihre Anfrage

20" Style 6011

Reifen:

Felgendesign:

Radgröße:

EU-Reifenlabel:

Satzpreis:

ANGEBOT ANFRAGEN

Projektplanung

Task	JLR Lead	VEACT Lead	Beschreibung
Overall Project Lead	Colin	Thomas	
Kreation Werbemittel Print / Digi	Emily / Paul	Thomas	
Übermittlung vollständige Excel zu WKR und Zubehör	Colin / Mara?	Thomas	
Erstellung Landingpages		Michael Blümel	
Erstellung E-Mail Templates		Media & Design	
Erstellung DIN A4 Anschreiben		Media & Design	
Erstellung Händlerinfo & Anmeldeformular		Operations	
Anlage Händlerkampagnen		Operations	
Reporting / Tracking		Arjan / Michael Blümel	



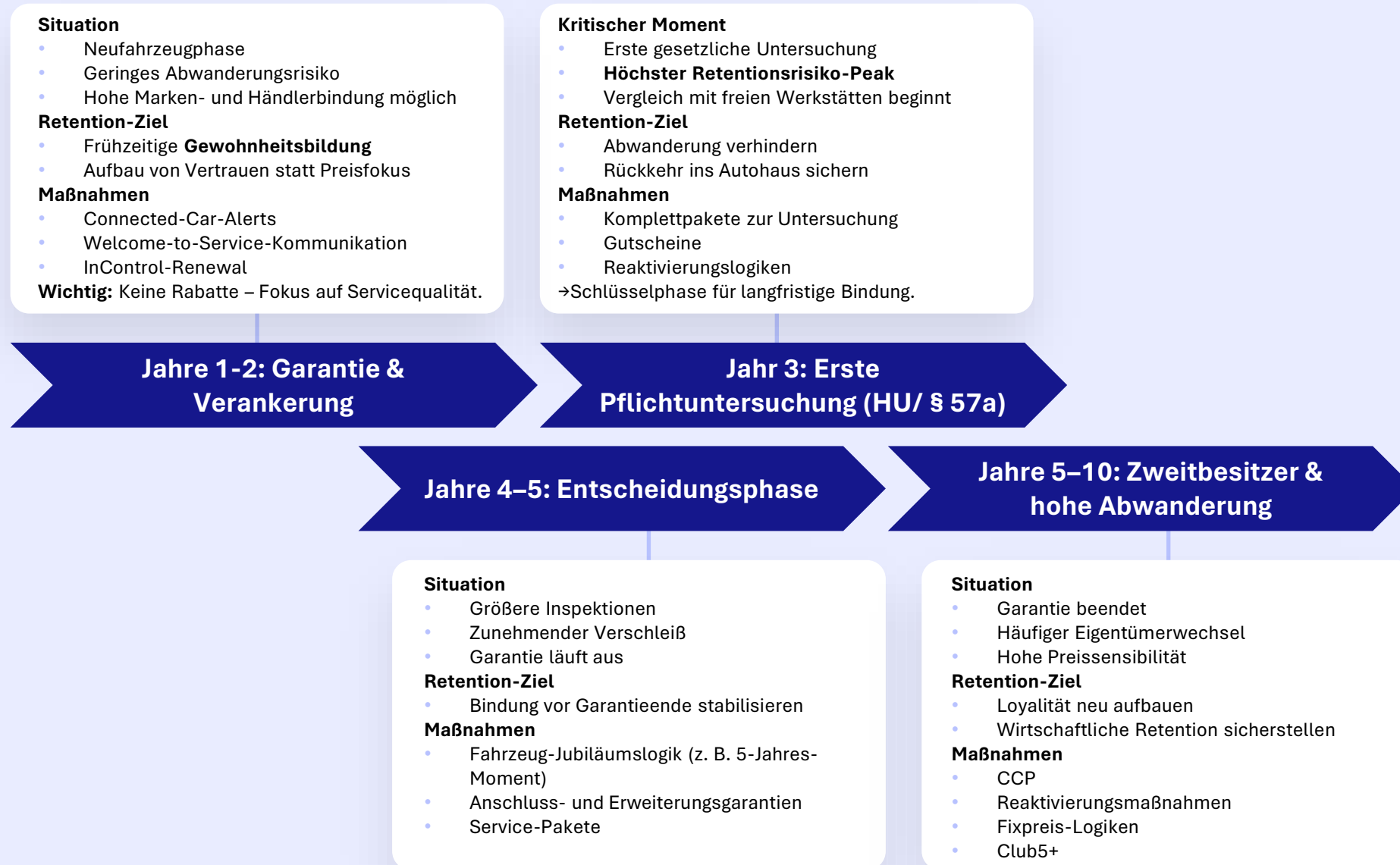


veact

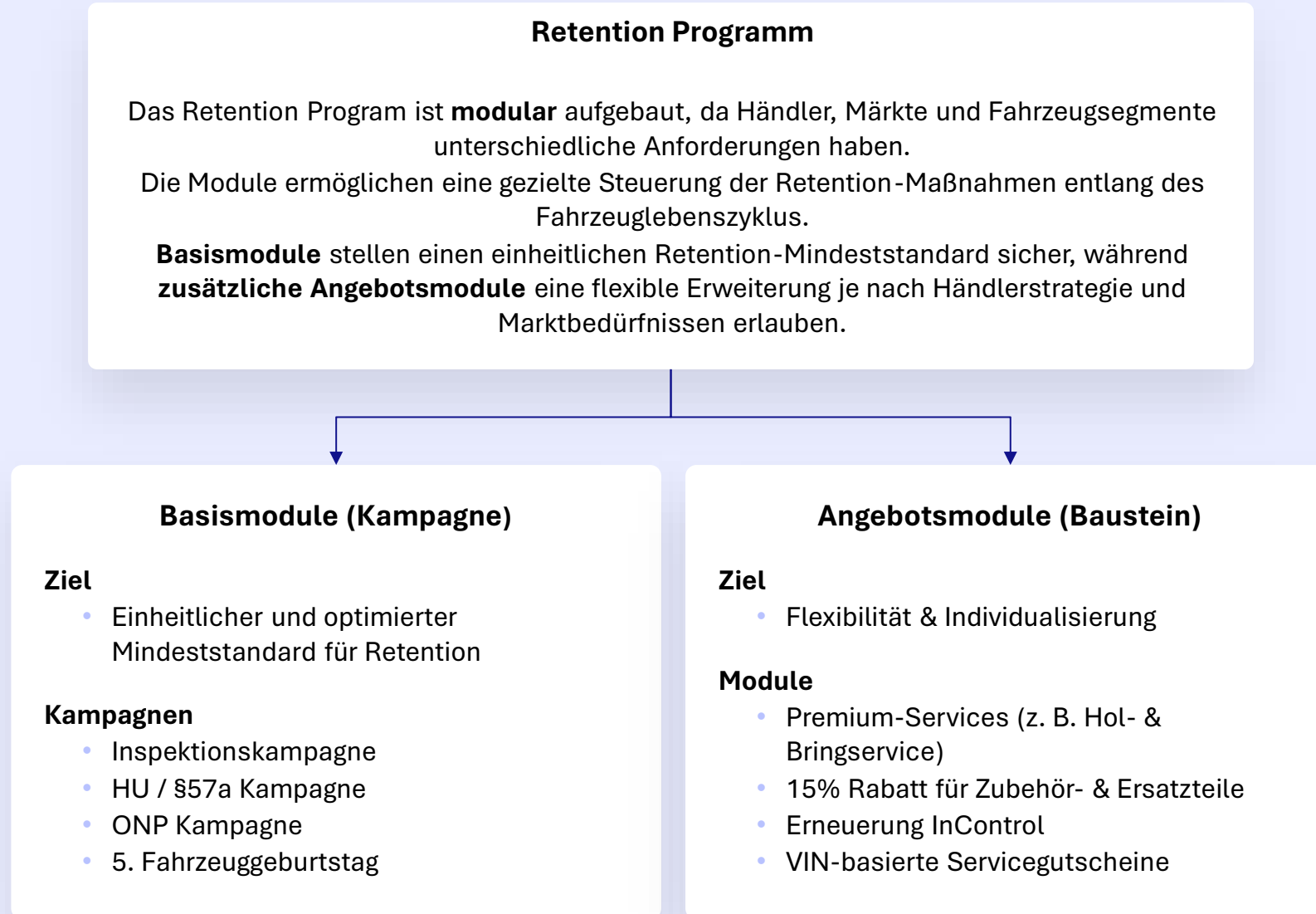
Retention Programm

Konzept, Status Quo Pilotphase 1

Fahrzeuglebenszyklus (1 – 10 Jahre): Überblick



Modularer Aufbau des Programms



Segmentlogik: Luxury vs. Core

Grundprinzip:

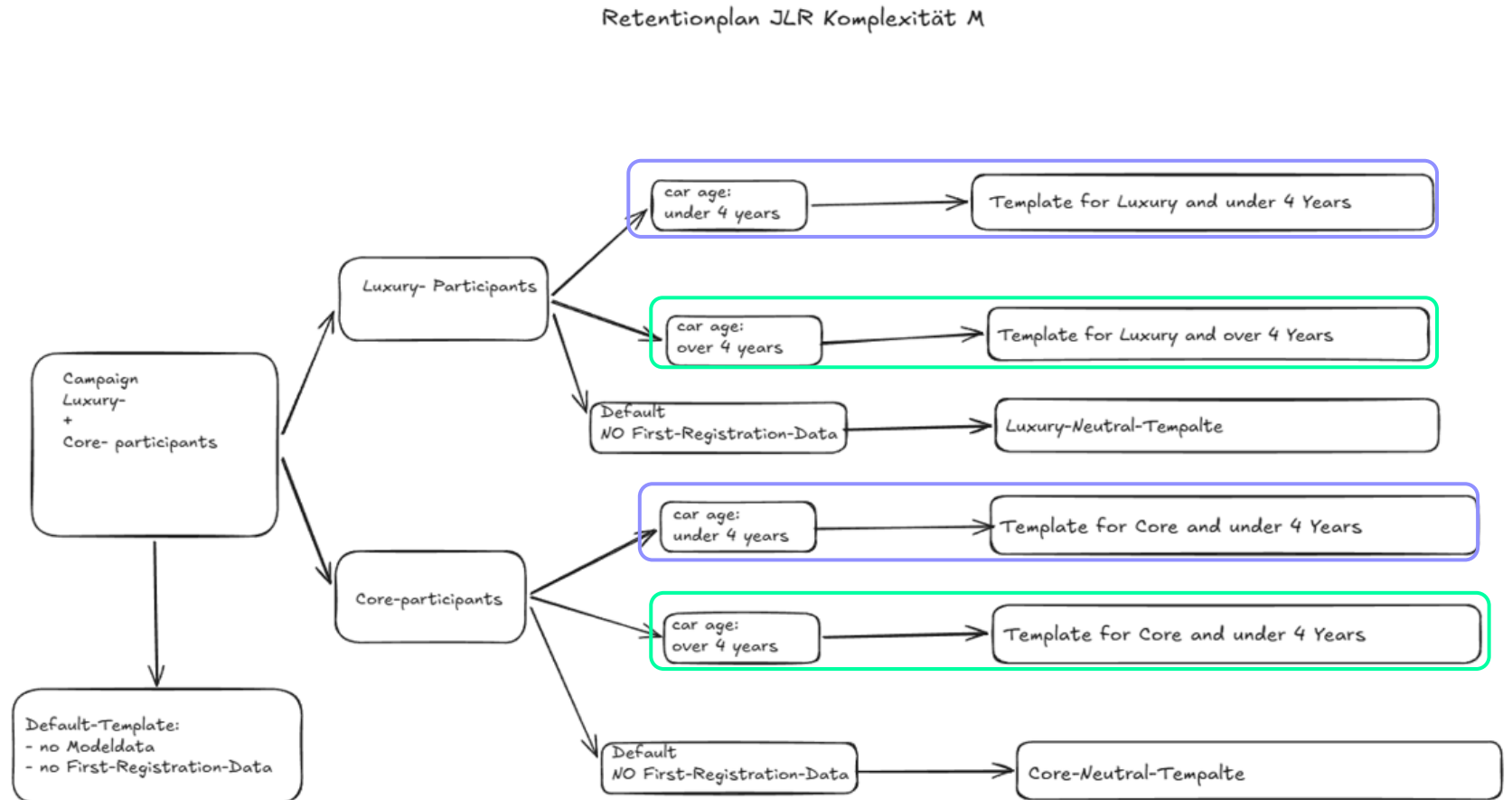
- Der Lifecycle bleibt gleich.
- Die **Ansprache variiert je Segment.**

Luxury

- Orientierung Premiumservice
- Fokus auf Komfort & Erlebnis
- Keine Rabatte**

Core

- Orientierung Werterhalt
- Gutscheine & saisonale Module
- Fokus auf Preis-Leistung



15 % Preisnachlass

- Wird von JLR 100% subventioniert
- Discounthöhe für den Händler nicht personalisierbar
- Arbeitsposition (**RETENTION15**) muss vom Händler genutzt werden um Geld vergütet zu bekommen

Service-Voucher

- Wird von JLR 100% subventioniert
- Discounthöhe für den Händler nicht personalisierbar
- Arbeitsposition (**RETENTION100**) muss vom Händler genutzt werden um Geld vergütet zu bekommen

InControl Remote

- Wird von JLR 100% subventioniert, benötigt aber den **JLR-Code**, Händlerdaten und Laufzeit, damit JLR die VINs an Connected Services weiterleiten können.
- Der Händler muss diese Leistungen in OSH registrieren, damit die Verlängerung aktiviert wird

Hol & Bring Service

- Wird von JLR nicht subventioniert
- Wird hauptsächlich nur den Luxury Carlines angeboten
- Arbeitsposition (Händlereigene Position) muss vom Händler genutzt werden, um den Rücklauf und Erfolg auswerten zu können

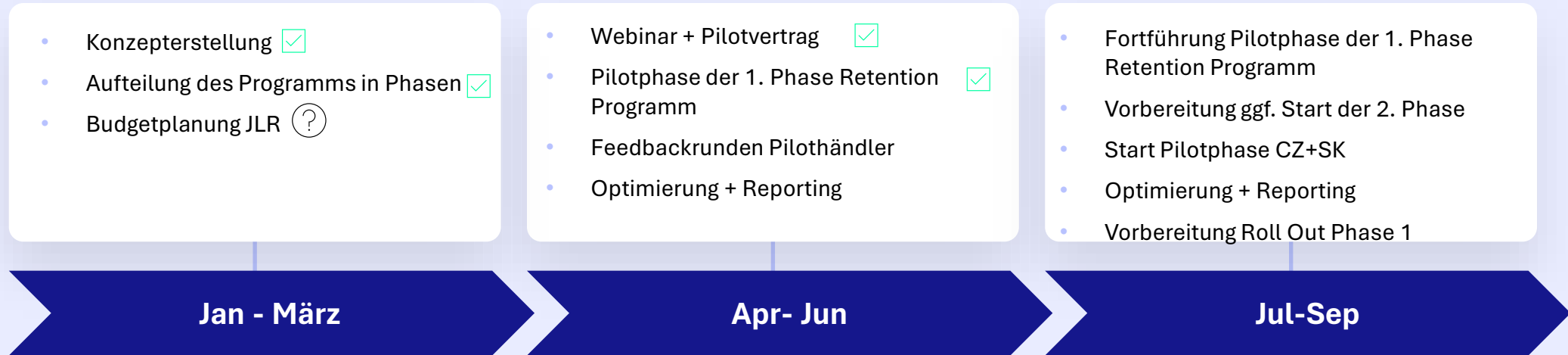
Probefahrt-Wochenende

- Wird von JLR nicht subventioniert
- Arbeitsposition (**TESTDRIVE100**) muss vom Händler gepflegt werden, um den Rücklauf und Erfolg auswerten zu können

Premium-Fahrzeugwäsche

- Wird von JLR nicht subventioniert
- Wird in der Pilotphase definiert, um ggf. eine Subvention zu erhalten
- Arbeitsposition (**CARWASH100**) muss vom Händler genutzt werden, um den Rücklauf und Erfolg auswerten zu können

Timeline Pilotphasen für Händler



The background of the slide is a night landscape. The sky is dark blue and black, filled with stars and the Milky Way galaxy. The foreground shows a dark road with white dashed lines, and long, vibrant light trails in shades of red and orange, suggesting a long-exposure photograph of traffic. The overall mood is serene and futuristic.

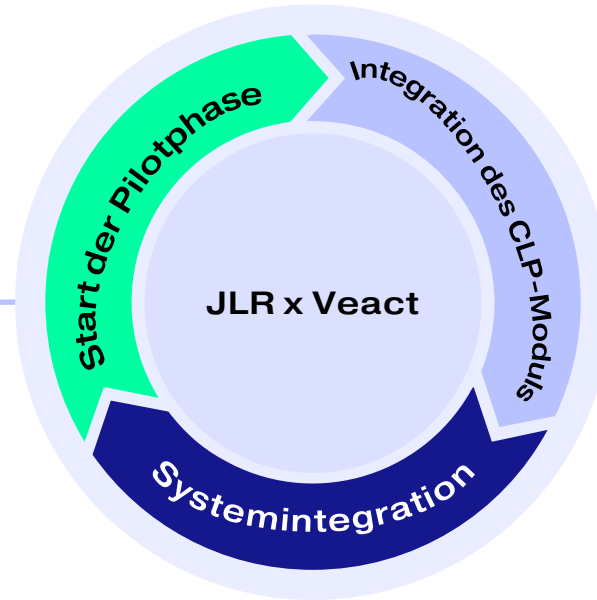
veact

Concierge Landingpage

Konzept, Status Quo und Verantwortung

Integration der Concierge Landingpage

- eVHC jobs ★
- Garantieverlängerung
- CARE Pakete
- Service-Gutscheine ★
- Zubehör
- Reifenmarketing
- Geprüfte Fahrzeuge ★
- Leasing & Finanzierung ★
- Verkaufs-Gutschein



- Connected Car Benachrichtigungen
- HU/ §57/ STK (MOT)
- Service-Erinnerung
- ONP
- Ersatzmobilität
- Probefahrten
- Schadensmeldung

Schritt 1: Start der Pilotphase

- Kampagnenerstellung und Pilotphase
- Bewertung und Rollout
- Hoher manueller Aufwand zu Beginn

Schritt 2: Integration des CLP-Moduls

- Standalone-Kampagnenbündelung im CLP
- Nutzung von Triggerpunkten für die Platzierung
- Reduzierung einzelner Kampagnen

Schritt 3: Systemintegration

- Klares Ziel: automatisierter Prozess
- Entlastung für JLR/Händler und Veact
- Aufbrechen von Datensilos, Schaffung eines End-to-End-Prozesses

Integrationen + Produkte

Sales

- Leasing & Finance
- Salesgutschein
- Probefahrten
- Approved Fahrzeuge
- Events

After Sales

- Connected Car Alerts
- EVHC Jobs
- Hauptuntersuchung
- Service Reminder
- Anschlußgarantie
- ONP
- CARE Packages
- Servicegutschein
- Zubehör
- Werkstattersatzmobilität

Seasonal/ Events

- Frühjahreskampagne
- Winterkampagne
- Sommerkampagne
- Reifenvermarktung
- WKR- Vermarktung
- Momentum Kampagnen
- Approved Days
- Weihnachtskampagne
- Jahresstartkampagne

Central Hierarchy

Trigger-Based Campaign Activation
The starting point is Connected Car data as well as needs-based campaigns, such as Service, ONP or MOT

Sales

- Leasing & Financing
- Sales Voucher
- Test Drives
- Approved Vehicles
- Events
- RR Momentum
- Approved Days

After Sales

- Extended Warranty
- Maintenance & Service Packages
- Service Voucher
- Accessories
- Tire Marketing
- Seasonal Campaigns



phy LWB mit dem Kennzeichen ABC 123 / der VIN: SALGA3BK9KA650847 ist folgende technische Aktion fällig:

ymen, Ihre persönlichen Angebote sowie aktuelle Trends rund um Ihren Range Rover finden Sie unter folgendem Link:

Trends und die Terminbuchung aufzurufen

BUCHUNG UND SCHADENSANMELDUNG

eldet. Die entsprechenden Leistungen wurden bereits für Sie vorausgewählt.

E NÄCHSTE PROBEFAHRT

2. IHRE PASSENDE RA

Wählen Sie ein paar Rädern

4. ZUSAMMENFASSU

Sie Zusammenfassung Ihrer Buchungen

Eine optimierte Customer Journey

Unser Ansatz

- Entwicklung einer zentralen und einheitlichen Landing Page
- Vereinfachung des Formularprozesses
- Reduzierung von Abbrüchen durch bessere User Experience
- Verbesserung des Lead-Trackings und der Reporting-Möglichkeiten
- Direkte Weiterleitung der Leads an Händler und Systeme



phy LWB mit dem Kennzeichen ABC 123 / der VIN: SALGA3BK9KA660847 ist folgende technische Aktion fällig:

Wenn, Ihre persönlichen Angebote sowie aktuelle Trends rund um Ihren Range Rover finden Sie unter folgendem Link:

Trends und die Terminbuchung aufzurufen

1. BUCHUNG UND SCHADENSANMELDUNG

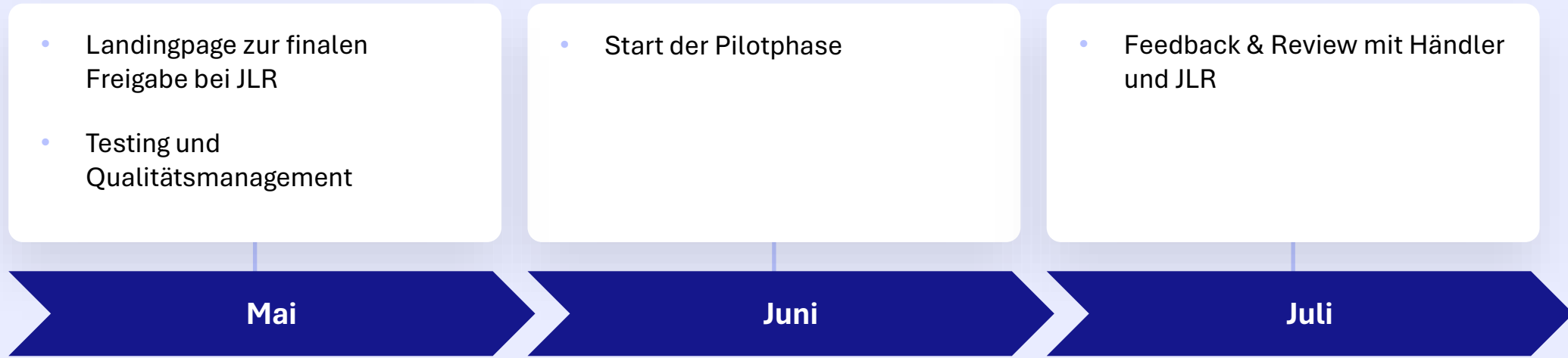
Wählen Sie ein paar Rädern

2. IHRE PASSENDE RA...

3. NÄCHSTE PROBEFAHRT

4. ZUSAMMENFASSUNG IHRER BUCHUNGEN

Zeitplan





veact

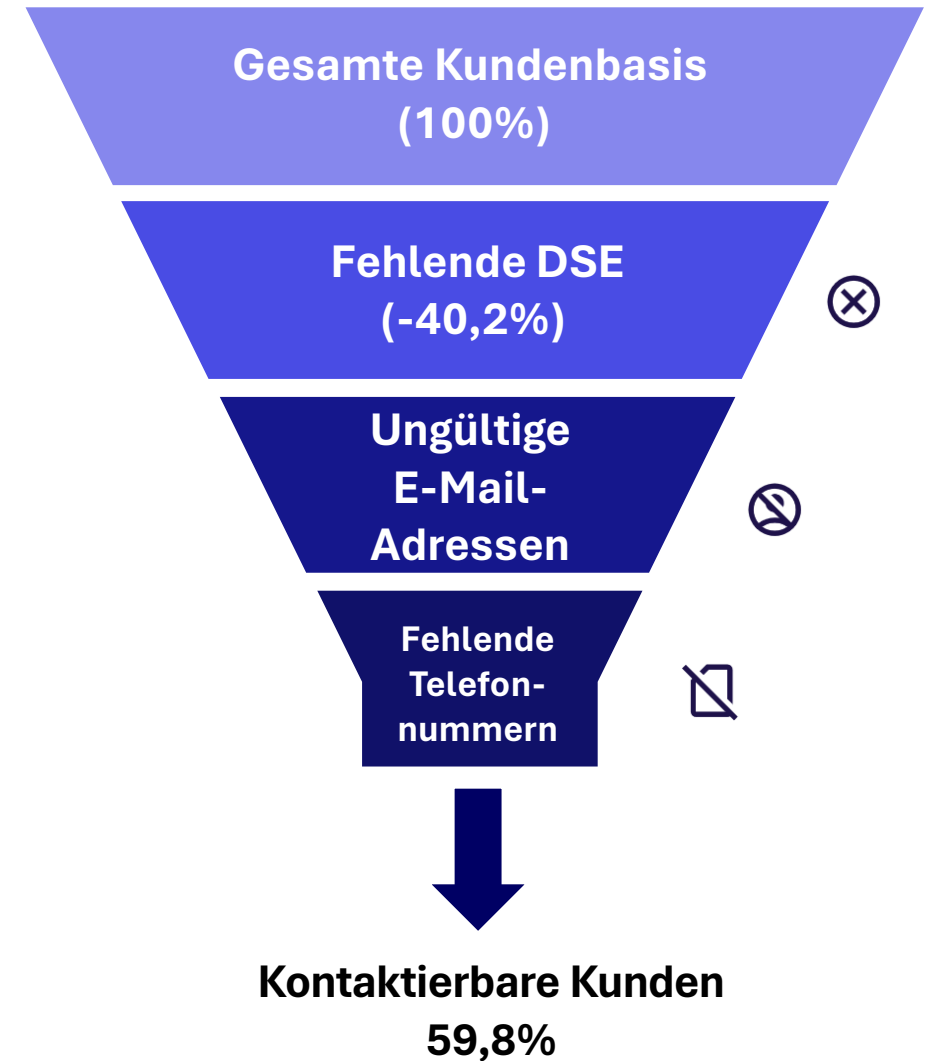
Data Improvement

Ausgangssituation, Status Quo und
Umsetzung

Zu viele Kunden sind nicht kontaktierbar

- Unterschiedliche Datensilos auf OEM- und Händlerebene erschweren die Kundenansprache
- Aktuell sind nur rund 53 % der Kunden per E-Mail oder Telefon erreichbar
- Fehlende DSE-Einwilligungen und ungültige Daten verhindern eine rechtssichere Kommunikation
- Dadurch geht ein großer Teil des After-Sales-Potenzials verloren

→ Mehr als ein Drittel des Potenzials in der Kundenkommunikation bleibt heute ungenutzt.



Unser Ansatz

Unser Ansatz

- Multi-Channel-Ansprache über Print, Telefon und E-Mail 3
- Spotlight-Kampagnen zur Einholung neuer E-Mail-Adressen und Einwilligungen 4
- E-Mail-Validierung zur Bereinigung fehlerhafter oder ungültiger Adressen 4
- Kundenvitalitätsanalyse zur Identifikation weiterer Potenziale 1
- Integration in laufende VEACT-Kampagnen und Reportings 2

Nutzen für den Händler

- Höhere Kontaktierbarkeit
- Mehr valide Leads
- Bessere Kampagnenrückläufe
- Reduzierung von Printkosten
- Effizienterer Einsatz des Marketingbudgets
- Höheres After-Sales-Potenzial

Unser Ansatz: Vorgehensweise

Analyse

Kundenvitalitätsanalyse:

- Identifikation von Potenzialen
- Transparenz über Datenqualität

Integration

Integration in Kampagnen & Reporting:

- Nutzung der bestehenden Datenbasis
- Grundlage für Maßnahmen

Aktivierung

Multi-Channel-Ansprache:

- Print, Telefon, E-Mail
- Reaktivierung und Datenerhebung

Optimierung

Spotlight & E-Mail Validation:

- Bereinigung fehlerhafter Daten
- Steigerung der Kontaktierbarkeit

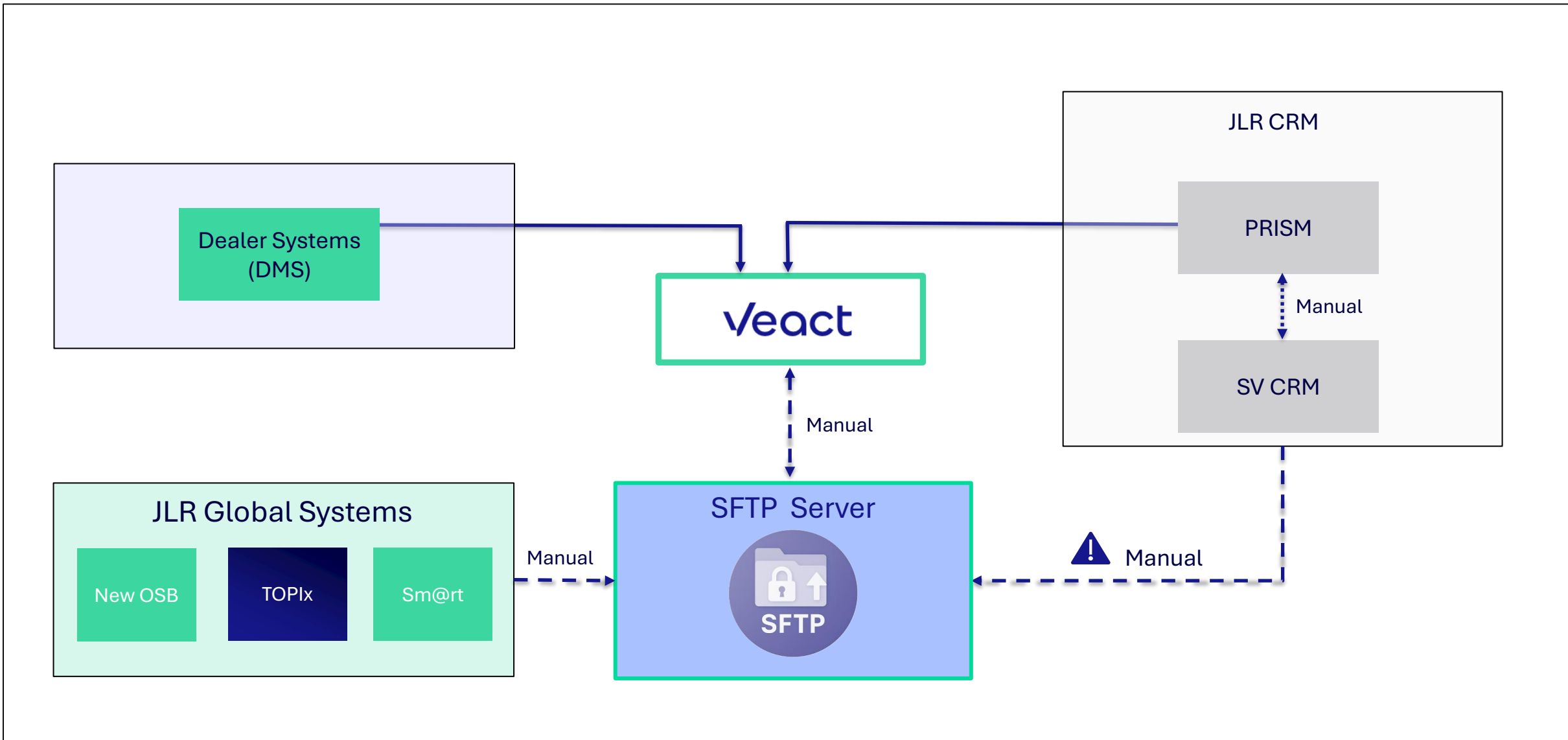
The background of the slide is a long-exposure photograph of a winding road at night. The road curves through a dark landscape, with bright red and white light trails from cars creating a sense of motion. In the sky above, the Milky Way galaxy is visible, stretching across the frame. The overall color palette is dark blue and black, with the white text providing high contrast.

veact

Integration JLR Middleware

Koordination, Umsetzung und Verantwortung

Systemlandschaft heute (Vereinfacht)



JLR's system landscape following JLR middleware integration

