

Durchblick gewinnen

EDV – Das Autohaus Ortner pflegt Kundenkontakte und steuert das Zeitmanagement mit Software von HRF. VON KAROLINA ORDYNIEC

LESEN SIE HIER...

... wie das Autohaus Ortner die Kommunikation untereinander, den Kontakt zum Kunden und die Auslastung in der Werkstatt spürbar verbessern konnte.

Dass Daten über Kunden und ihr Kaufverhalten für ein Autohaus von großem Wert sind, ist unbestritten. Besonders gilt dies für Autohäuser in ländlichen Regionen, wo jeder jeden kennt und der persönliche Kontakt noch mehr geschätzt wird als in einer Großstadt. Zu wissen, wie der Kunde „tickt“, erleichtert dem Verkäufer den Umgang, ermöglicht individuelle Angebote und belohnt das Autohaus schließlich mit der höchsten Auszeichnung: dem zufriedenen Kunden.

Das hat man im Autohaus Ortner in Murnau erkannt und man merkt es gleich beim Betreten des Showrooms. Im „Autohaus mit einem Lächeln“, wie es sich selbst auf seiner Homepage nennt, wird man jedenfalls schon mit einem Lächeln begrüßt – ein gutes Zeichen. „Kundenorientierung wird bei uns groß geschrieben“, bekräftigt Alois Moser. Im Januar 2010 hat er die Geschäftsführung des Betriebes übernommen, der bis dahin 40 Jahre familiengeführt war. Hier bietet man dem Kunden einen VW-, Audi-, Skoda- und Seat-Service und vertreibt außerdem VW-Nutzfahrzeuge. „Als Service-Betrieb liegt uns sehr viel daran, unsere Kunden langfristig ans Haus zu binden“, erklärt Moser. Damit das möglichst gut funktioniert, wird das Team seit einem Jahr von einer Customer-Relationship-Software unterstützt. Die stammt von dem Softwaredienstleister HRF.

Lückenlose Kundenhistorie

Schon vor Geschäftsübernahme war HRF ein bekannter Name im Haus, denn seit vielen Jahren nutzt man hier das Werk-

stattplanungssystem WPS. Und weil es sich problemlos an das Dealer Management System Care andocken ließ, lag es laut Alois Moser nahe, auch das CRM-System IVS von HRF einzusetzen. IVS ist modular aufgebaut und setzt sich im Autohaus Ortner aus den Bausteinen Adressverwaltung, Verkäuferarbeitsplatz, Aktionen, Callcenter und Datenübernahme zusammen.

Der Entscheidung für HRF lag die Überlegung zugrunde, sämtliche Kundendaten zentral in einem System zusammenzustellen, so dass die verschiedenen Unternehmensbereiche darauf zugreifen können. „Wir wollten den Verkauf, die Werkstatt und den Bereich Teile und Zubehör näher zusammenführen und eine lückenlose Kundenhistorie garantieren, damit sie ein einheitliches Kundenbeziehungsmanagement betreiben können“, erklärt Alois Moser. „Denn abgesehen von den fahrzeugspezifischen Daten, die wir im System aufnehmen, hinterlegen unsere Mitarbeiter auch Infos zum Kunden selbst, z. B. wann er Geburtstag hat oder welchen Hobbys er nachgeht“, sagt der Geschäftsführer. Das mache den Kontakt noch persönlicher, ist er sich sicher.

Der Kundendienst kann nun Werbeaktionen für selektierte Kunden durchführen, z. B. an HU-Termine erinnern, bevorstehende Reifenwechsel ankündigen oder Marketingaktionen gezielter planen. Gleiches gelte für den Verkauf von Zubehör. „Die Datengleichheit war insbesondere im Hinblick auf die ISO-Zertifizierung von zentraler Bedeutung“, erläutert Moser. Hierfür hat IVS einen entscheidenden Beitrag geleistet. „Und für mich als Geschäftsführer bedeutet es zudem, Verkaufsaktivitäten transparent und einfacher planen zu können“, fügt er hinzu. Gepflegt wird das IVS im Autohaus Ortner von einer Mitarbeiterin, die insgesamt rund 6.000 Adressen verwaltet, Marketingaktivitäten in Absprache mit den an-



deren Abteilungen einsteuert und gleichzeitig Telefonmanagement betreibt.

Zeit effizient planen

Neben dem IVS entschied sich Alois Moser zeitgleich für die Zeitwirtschaft-Lösung ZWI. „Es ist erstaunlich, wie effizient sich die Arbeitszeit planen lässt, wenn man das richtige Werkzeug dafür in der Hand hat“, berichtet der Geschäftsführer. Im ZWI erfasst der Serviceberater in einem integrierten Kalender Anwesenheits- und Auftragszeiten, kann Kapazitäten leichter einsehen, gezielter Aufträge verteilen und so die Werkstattdurchläufe erhöhen. Die Produktivität eines jeden Mitarbeiters kann analysiert und das Personalmanagement leichter betrieben werden. Auch die Mechaniker haben Einblick in die aktuelle



- 1 Das Autohaus Ortner in Murnau bietet VW-, Audi-, Skoda- und Seat-Service. Außerdem werden hier VW-Nutzfahrzeuge vertrieben.
- 2 HRF-Chef Rainer Fräbel (l.) und Alois Moser, Geschäftsführer im Autohaus Ortner
- 3 Übersichtlichkeit wird bei HRF groß geschrieben: Beim Verkäuferarbeitsplatz sind sämtliche Termine, Kontakte und Aufgaben übersichtlich im Kalender angeordnet.

Auslastung, etwaige Leerlaufzeiten oder Überstunden. „Diese Transparenz in der Zeitplanung ermöglicht es mir als Geschäftsführer, den Betrieb rentabel auszurichten und langfristig die Produktivität des Betriebes zu erhöhen. ZWI ist sozusagen ein Produktivitätsbarometer für mich“, betont Moser. Hierfür sei praktisch, dass das System zwischen den Zeitarten unterscheidet. „Es lässt sich genau nachvollziehen, ob der Monteur die Zeit für Probefahren, Aufräumarbeiten oder eine Reparatur eingesetzt hat“, so Moser. Nicht zuletzt profitiere der Kunde von ZWI, denn es lässt sich nachweisen, wie viel Zeit z. B. für die Reparatur seines Fahrzeugs aufgewendet wurde, und er bezahlt auch nur diese Arbeitszeit.

Die Einführung der beiden Systeme verlief laut Alois Moser reibungslos. In einer viertägigen Schulung lernten die Mitarbeiter die verschiedenen Prozesse in den Anwendungen kennen, der Rest war learning by doing. „Das klappte auch dank der einfach zu bedienenden Benutzeroberfläche der Programme sehr gut“, weiß Moser zu berichten.

Und was hat sich in dem einen Jahr seit Einführung im Autohaus Ortner verändert? „Die Kommunikation untereinander ist viel stärker geworden, der Kunde wird noch intensiver betreut und ich habe mit den beiden Systemen ein Controlling-Tool an der Hand, das mich bei der Führung des Unternehmens unterstützt“, resümiert Alois Moser.

Weitere Informationen:
www.hrf.de oder hrf@hrf.de

