





len ASC-Produktpalette. In speziellen Workshops konnten sich die Teilnehmer über markenspezifische Fragestellungen bei der Anwendung der ASC-Lösungen austauschen. Die IBM-Referenten Dieter Graef und Dietmar Zeller boten einen Überblick zu den Neuerungen bei iSeries und zu Voraussetzungen und Vorteilen von Serverkonsolidierungen. Professor Dr. Jochen Benz (MFB Service GmbH) referierte über das Thema „Unternehmenssteuerung“ mit Hilfe von Software-Werkzeugen wie MFB Planning Consultant. ASC-Vorstand Christoph Reichert informierte die Teilnehmer darüber, welche Projekte ASC im Jahr 2003 erfolgreich umsetzen konnte und welche Aufgaben sich für die kommenden Monate stellen: Dazu zählen unter anderem die Ablösung des Kfz-Pakets für BMW-Kunden und die umfassende Einführung von C/A/R/E 6.1 im Mercedes- und VW-Umfeld. Der Erfahrungsaustausch mit Kollegen aus der Branche kam während der zweitägigen Veranstaltung nicht zu kurz: Während der Pausen, aber auch bei der mit Spannung erwarteten



Abendveranstaltung, die im Afrikahaus im Dresdner Zoo stattfand, wurde angeregt diskutiert.

**Zufriedene Teilnehmer**

„Insgesamt war die Veranstaltung wieder sehr informativ“, so das Fazit von Hans-Jürgen Herzog, EDV-Leiter bei der F. Kohlhas GmbH. Er hat bislang an allen Anwendertreffen teilgenommen. Mit ASC arbeitet die F. Kohlhas GmbH – ein BMW-Vertragspartner mit insgesamt sechs Filialen – zusammen, seitdem ASC das Kfz-Paket betreut. „Derzeit prüfen wir, ob wir in unseren Betrieben das C/A/R/E-Programm nutzen wollen“, erklärt der EDV-Leiter. An ASC schätzt er vor allem die Unkompliziertheit und die Flexibilität: „In unseren Filialen sind über 100 User im Einsatz. Wenn hier ein Problem auftaucht, brauchen wir schnelle Antworten.“ „Für uns war vor allem der Erfahrungsaustausch mit den anderen Teilnehmern sehr wichtig“, erklärt Dennis Meinekat, Buchhalter im Audi Zentrum Pforzheim und zuständiger EDV-Betreuer von C/A/R/E und DKS in den Filialen des

Unternehmens. „Wir arbeiten seit drei Jahren mit ASC im Bereich Buchhaltung und Werkstattssysteme zusammen. Aus diesem Grund war der Vortrag zum Thema DKS für uns interessant.“ Auch im Hinblick auf geplante Neuerungen seitens ASC sei das Treffen von großer Wichtigkeit gewesen. Rolf Schilling, Inhaber des Renault- bzw. Nissan-Autohauses Schilling, schätzt die ASC-Anwendertreffen als Möglichkeit, mit Branchenkollegen ins Gespräch zu kommen. „Die Themen der Veranstaltung waren sehr umfangreich, so dass leider pro Vortrag nur eine begrenzte Zeit blieb. Zum Thema AQL habe ich aber dennoch einige wichtige Ansatzpunkte bekommen. Je nach Verfügbarkeit werden wir dieses Tool in unserem Unternehmen einsetzen. Von den externen Vorträgen hat mir das Referat ‚Unternehmenssteuerung‘ einige Impulse gegeben. Die MFB-Service-Unternehmenssteuerung sehen wir als sehr wichtiges Analyse- und Planungsinstrument.“ Auch für das kommende Jahr ist ein Anwendertreffen geplant. Nähere Informationen dazu sind rechtzeitig unter [www.asc-ag.com](http://www.asc-ag.com) abrufbar. ■

**In-Team**

**Der direkte Draht zu ASC**



Das ASC-Call-Center (v.l.n.r.): Karin Lackovic, Darlene Jaeschke, Marina Billinger. Es fehlt Marion Thiem-Klinger.

**Wir sind für Sie da!**

Das ASC-Call-Center ist das Kunden-Kontaktzentrum unseres Unternehmens. Hier werden eingehende Kundenanfragen bearbeitet (Inboundbereich) und Outboundaufgaben wie die Abwicklung von Mailing-Aktionen wahrgenommen. Die hohe Serviceorientierung des ASC-Call-Centers zeigt sich in einer sehr guten Erreichbarkeit, kurzen Wartezeiten und einer individuellen Betreuung der Anrufer.

**ASC-CALL-CENTER:**

Telefon: 0 70 31 / 2 12 65-60 (täglich von 8 bis 17 Uhr)

**ANSPRECHPARTNER:**

- MARINA BILLINGER** ([marina.billinger@asc-ag.com](mailto:marina.billinger@asc-ag.com))  
allgemeine Kundenanfragen, Bearbeitung von Lizenzverträgen, Kreditorenbuchhaltung
- DARLENE JAESCHKE** ([darlene.jaeschke@asc-ag.com](mailto:darlene.jaeschke@asc-ag.com))  
allgemeine Kundenanfragen, Reklamationsmanagement, Mahnwesen
- KARIN LACKOVIC** ([karin.lackovic@asc-ag.com](mailto:karin.lackovic@asc-ag.com))  
allgemeine Kundenanfragen, interne Administration, Info-Mails
- MARION THIEM-KLINGER** ([marion.thiem-klinger@asc-ag.com](mailto:marion.thiem-klinger@asc-ag.com))  
allgemeine Kundenanfragen, interne Administration, Schulungsorganisation





## Business

## Erlebnis Dialogannahme

**E**in defektes Fahrzeug ist für jeden Fahrer ein Ärgernis. Oft kann er den Reparaturaufwand nicht genau einschätzen und reagiert mit Unzufriedenheit oder Frustration.

Eine Dialogannahme kann hier Abhilfe schaffen. Sie sollte ein Kompetenzzentrum, ein Verkaufsraum für Dienstleistungen rund ums Auto sein. Richtig eingesetzt, schafft dieses Instrument über eine erstklassige Beratung eine Vertrauens-ebene zum Kunden.

### Service als Cash-cow

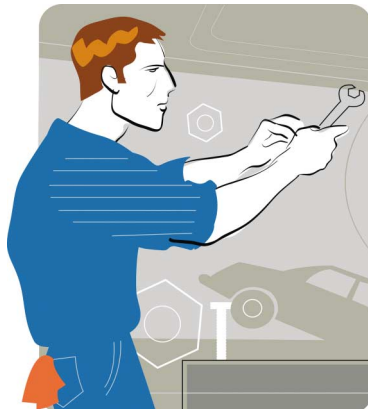
Der Servicebereich nimmt einen herausragenden Stellenwert im Autohaus ein: Bis zu 70 Prozent der Erträge stammen aus diesem Bereich. Wer diese Cash-Cow richtig melken will, muss eine ausgeprägte Dienstleistungsmentalität an den Tag legen – schließlich steigen auch die Ansprüche der Kunden.

Eine Dialogannahme setzt ein umfassendes, verbindliches Werkstattkonzept voraus. Konkret bedeutet dies, dass jeder Ablauf – vom ersten Kundenkontakt über die Reparatur bis zur abschließenden Fahrzeugübergabe – zielgerichtet gesteuert wird. So sollten die Verantwortlichen für Telefonkontakt, Terminvergabe, Reparatur usw. eindeutig benannt und für ihre individuelle Aufgabe geschult werden. Diese Rahmenbedingungen gewährleisten, dass der Kunde über den gesamten Serviceprozess kompetent betreut wird.

### Ertragspotenziale nutzen

Das Grundprinzip einer Dialogannahme besteht in der gemeinsamen Sichtung des Fahrzeugs durch den Serviceberater und den Kunden. Der Kunde wird aktiv in den Prozess eingebunden und kann direkt entscheiden, welche Wartungsarbeiten vollzogen werden sollen.

Er erkennt vor Ort die Notwendigkeit der durchzuführenden Reparaturen und kann auf sich abzeichnende Wartungsarbeiten oder Zusatzleistungen wie Ölwechsel oder Reifeneinlagerung aufmerksam gemacht werden. Gerade die Zubehörchancen einer Dialogannahme sind



nicht zu unterschätzen. Es gibt bereits Autohäuser, die einen beträchtlichen Teil der Dialogannahme als Zubehörverkaufsflächen ausweisen. Über solche Anschlussgeschäfte ist es möglich, den Ertrag deutlich zu steigern. Untersuchungen belegen ein Plus von bis zu 20 Prozent.

Neben diesen messbaren Umsatzsteigerungen profitiert ein Betrieb mit kompetenter Dialogannahme noch von anderen, indirekten Effekten: Die kundennahe Abwicklung führt zu einer Steigerung der Kundenzufriedenheit und -loyalität. Ein Plus, das sich insbesondere in finanziell schwierigen Zeiten bemerkbar macht und die Auslastung des Betriebes ankurbelt. ■

### LITERATURTIPP:

**Hannes Brachat / Erwin Wagner (Hg.) (2003): Erlebnis Dialogannahme. Auto Business Verlag, 112 Seiten, 41,73 Euro inkl. MwSt. (bis zum 31.12.2003: 26,75 Euro inkl. MwSt.).**

## PRAXIS-TIPPS

- 1 Mitarbeiter:** Ist das Personal vom Dialogannahme-Konzept überzeugt und entsprechend geschult (zum Beispiel Terminhandlung)?
- 2 Wohlfühlatmosphäre:** Gibt es genug Parkplätze, ist die Beschilderung auf dem Firmengelände ausreichend, hat der Kunde einen zentralen Anlaufpunkt, kann er sich in einer attraktiven Wartezone aufhalten, ist die Dialogannahme so ausgestattet, dass der Kunde sich wohl fühlt?
- 3 Full-Service:** Ist der Serviceberater für die Übergabe von Rechnung, Schlüssel und Papieren zuständig, ist er davon überzeugt, dass die Rolle des Technikers zugunsten des Verkaufs der Dienstleistung zurücktritt?

## KALENDER

### • IMOT (20. – 22.02.2004)

Internationale Motorrad-Ausstellung im M.O.C in München-Freimann. Tageskarte: 11 Euro. Öffnungszeiten täglich von 9 bis 18 Uhr. Weitere Infos unter [www.imot.de](http://www.imot.de).

### • GENF (04. – 14.03.2004)

Internationaler Automobil-Salon auf dem Genfer Messegelände. Tageskarte: 12 Sfr (ca. 8,50 Euro). Öffnungszeiten wochentags von 10 bis 21 Uhr, samstags/sonntags von 8 bis 18 Uhr. Weitere Infos unter [www.geneva-palexpo.ch](http://www.geneva-palexpo.ch).

### • CEBIT (18. – 24.03.2004)

Internationaler Branchentreff auf dem Messegelände Hannover. Tageskarte: 32 Euro. Öffnungszeiten täglich von 9 bis 18 Uhr. Weitere Infos unter [www.cebit.de](http://www.cebit.de).

### • PERSPEKTIVEN 2004

Branchentreff mit Professor Hannes Brachat. Termine unter anderem in Frankfurt (20.01.), Düsseldorf (21.01.), Hamburg (10.02.), Leipzig (17.02.) und München (03.03.). Teilnahme: 275 Euro. Ausführliche Infos unter [www.autohaus.de](http://www.autohaus.de).

## VORSCHAU

Kassenmodul-Anwender im Interview

+++ Quo vadis, C/A/R/E? Das neue Release im Überblick +++ Fit für Basel II?

Womit die Branche rechnen muss

## I M P R E S S U M

### REDAKTION:

Auto Business Verlag GmbH & Co. KG  
 Publishing Service-Redaktionsteam  
 Neumarkter Straße 18, 81664 München  
 Telefon: +49 (0) 89 / 43 72 – 11 22

### REDAKTIONELLE LEITUNG:

Nina Sawodny

### AUTOREN/REDAKTIONELLE MITARBEIT:

Simon Dell, Nina Sawodny

### PROJEKTKOORDINATION:

Rudolf Gruber

### GESTALTUNG:

Grafikbüro Götze-Brachtl, München  
 Leitung: Dieter Brachtl

### DRUCK:

F & W Mediencenter, Kienberg

