

EDV / Mithilfe des Systems VMP von imotive wird in der MAHAG der Verkauf effizient gesteuert

Transparenz statt Glaskugel

VON SABINE TILP

Schnell auf aktuelle Entwicklungen reagieren zu können, ist heute ein entscheidender Erfolgsfaktor – so auch im Verkauf. Je größer ein Unternehmen, desto wichtiger ist deshalb die Qualität der Entscheidungsgrundlagen und deren rechtzeitige Bereitstellung an alle Adressaten. EDV-Systeme bieten hier entsprechende Unterstützung und liefern aussagekräftiges und detailliertes Zahlenmaterial. Die MAHAG beispielsweise hat sich für den Einsatz des Systems VMP des Münchner Softwareunternehmens imotive entschieden.

Effizientes Management

VMP (Vertriebs-Management-Prozess) ist eine Software, die seit 1999 in verschiedensten Autohäusern eingesetzt wird. Das System ermöglicht ein effizientes Vertriebs-Management, das auf aktuellen Zahlen basiert und vom Einzelbetrieb bis zum komplexen Mehrmarken-Kettenunternehmen eingesetzt werden kann. Mit VMP lässt sich der gesamte Verkaufsprozess überwachen, analysieren und steuern – vom Fahrzeugankauf über Zielerreichung und Provisionierung der Verkäufer/Betriebe bis hin zum Controlling der Quantität und vor allem der Qualität von Geschäften wie zum Beispiel der Ertragssituation und des Nachlassverhaltens. Alle Auswertungen können vom Gesamtunternehmen auf den einzelnen Standort, die einzelne Marke, Modellreihe, Kundengruppe usw. heruntergebrochen werden, detailliert bis zur Ergebnisanalyse eines einzelnen Verkäufers, eines einzelnen Geschäfts oder ganzer Geschäftsketten. Darüber hinaus ist VMP in der Lage, den Fuhrpark zu verwalten und über ein Internet-Portal für eine unkomplizierte Disposition von Vorführ- und Poolfahrzeugen zu sorgen. Verkäufer können für (potenzielle) Kunden Fahrzeuge mit der gewünschten Ausstattung für Probefahrten online reservieren oder Fahrzeuge für interne Zwecke buchen. Neben einem lückenlosen Fahrtenbuch inklusive Schadensmeldungen können so Probefahrten hinsichtlich Verkäufer und Kunden (zum Beispiel Abschlussquoten) analysiert und für gezielte Aktionen verwendet werden. Gerade diese wichtige CRM-Funktionalität von VMP, aus einer profunden Kunden- und Produktanalyse heraus zielgenaue Aktionen wie zum Beispiel Mailings durchführen zu können, soll in Zukunft bei MAHAG verstärkt genutzt werden.

Herausforderung gemeistert

Seit einigen Monaten arbeitet die MAHAG mit VMP – mit Erfolg. Allein in München beschäftigt das Unternehmen rund 1.250 Mit-



arbeiter an 21 Standorten. Deutschlandweit gehören insgesamt 33 Betriebsstätten zur MAHAG, die VW, Audi, VW Nutzfahrzeuge, Seat, Skoda, Kia und Porsche vertritt.

Für imotive war das MAHAG-Projekt eine Herausforderung, die Flexibilität und Leistungsfähigkeit von VMP unter Beweis zu stellen. VMP unterstützt die Steuerung des Vertriebs mehrerer Marken mit ihren bisweilen komplexen Vertragssystemen und unterschiedlichen Margenregelungen. Das System ist in der Lage, die zwischen allen Vertriebsverantwortlichen getroffenen Vereinbarungen abzubilden und damit verbundene Forderungen und Verbindlichkeiten zu überwachen – die Ziel- und Margenvereinbarungen zwischen den einzelnen Betrieben und Herstellern, die vereinbarten Ziele und Margenkomponenten mit angeschlossenen Vermittlern und natürlich auch die verschiedensten Ziel- und Provisionsvereinbarungen mit den einzelnen Verkäufern.

Zudem verfügt die MAHAG über eine komplexe Matrixorganisation. Auswertungen müssen für die Zentrale, für Regionen, Gebiete, Betriebe und Kostenstellen erstellt werden. Die unterschiedlichen Händlerstadien der Betriebe (Händler, Leistungszentren, Vermittler, Service) sind ebenso zu berücksichtigen wie die Tatsache, dass es Markenverantwortliche gibt, die für mehrere Betriebe zuständig sind, sowie Verkäufer mit unterschiedlichen Rollen und Betriebszugehörigkeiten.

Einheitliche Darstellung

Stefan Gollwitzer, bei der MAHAG für das Vertriebscontrolling verantwortlich: „Unser vorrangiges Ziel war, die Vertriebsmanagementprozesse zu reorganisieren und zu optimieren, um Geschäfte



Martin Kufer von imotive, MAHAG-Geschäftsführer Thomas Werthmann und Stefan Gollwitzer, bei der MAHAG verantwortlich für das Vertriebscontrolling (v.l.)

transparenter betrachten zu können, und außerdem, durch eine umfangreichere und standardisierte Auftrags erfassung und Neuorganisation des Berichtswesens allen Verantwortlichen eine einheitliche Darstellung der Qualität ihrer Geschäfte zu ermöglichen.“

Während in der Vergangenheit oft das Zahlenmaterial in den einzelnen Betrieben erfasst worden ist und zentrale Berichte mit großem manuellen und zeitlichen Aufwand konsolidiert werden mussten, arbeiten heute alle Verantwortlichen mit dem gleichen Zahlenmaterial. Stefan Gollwitzer: „Um auf dem Markt agieren zu können, bedarf es einer zeitnahen Betrachtung mit aktuellen Zahlen, die uns in die Lage versetzen, Entwicklungen und Tendenzen zu analysieren, ihren Ursachen auf den Grund zu gehen und in der Folge aktiv zu handeln.“

Interessant bei einem Unternehmen von der Größe der MAHAG ist natürlich auch die Frage, wie die Zahlen an den Verantwortlichen gebracht werden. Dazu hat imotive ein neues Berichtsportal mit Web-Oberfläche in das System integriert, das es ermöglicht, mit wenigen Mausklicks Berichte an alle Vertriebsverantwortlichen zu verteilen. Zum einen können die Berichte über Abonnements zu festgelegten Zeitpunkten als E-Mail-Attachments in unterschiedlichen Formaten (beispielsweise als Excel-Datei) direkt versandt werden, zum anderen können Berechtigte über versandte Links auf die Berichte zugreifen. Abgesehen von dem Vorteil, dass alle Beteiligten standortunabhängig mit denselben Zahlen arbeiten, bietet VMP so auch die Möglichkeit, die Ergebnisse transparent zu machen und damit die Ursache für beispielsweise gesunkene Erträge aufzuspüren – wenn es sein muss, anhand der einzelnen Geschäfte. Deutlich erkennbar werden über das System aber auch Tendenzen wie ein verändertes Nachlassverhalten oder steigende beziehungsweise sinkende Verkäufe von Finanzdienstleistungen und die daraus resultierenden

MEHR INFORMATIONEN

imotive GmbH
Elsässer Str. 19, 81667 München
Tel. 0 89 / 48 95 33 01
E-Mail: info@imotive.de
www.imotive.de

Auswirkungen auf den Ertrag. Damit, so Gollwitzer, sei ein Meilenstein gesetzt worden, um die Mitarbeiter für das Thema Ertragsoptimierung noch stärker zu sensibilisieren und um das Tagesgeschäft aktiv zu gestalten. ●