



INFOPOST
Ein Service der Deutschen Post

ALLEMAGNE Port payé

pluspunkte

Ausgabe 1/2009



Garantierte
Werkstattauslastung

Seite 2



Autohandel
2010 - aktuelle
Prognose
Seite 2



30 Tipps für
mehr Ertrag im
GW-Online-Geschäft
Seite 3



Effiziente
GW-Prozesse

Seite 4

Herzlich willkommen zur neuen pluspunkte-Ausgabe

Im Automobilgeschäft sprechen wir häufig vom „Kundenbesitz“ statt dem „Produktbesitz“! Was ist damit gemeint? Vom Produktbesitz alleine kann heute im Automobilgeschäft kaum noch ein Betrieb existieren, d.h. mit dem Verkauf eines Fahrzeugs alleine werden die Gesamtkosten nicht mehr verdient. Man lebt vom Kundenbesitz, d.h. von den Aftersales-Geschäften. Man lebt von den Erträgen aus Finanzdienstleistungen, von Lohn-, Teile- und Zubehör-Erlösen. Dazu bedarf es der richtigen Kundenbindungs-Werkzeuge damit man das dauerhafte Überleben sichern kann.

MultiPart stellt sich in dieser Hinsicht mit seinen verschiedenen Angeboten, z.B. der 5-Jahres-Garantie an Ihre Seite. Ihr dauerhafter Geschäftserfolg ist unser Business, wir schaffen Kundenbindung für Ihr Haus!

In diesem Sinne grüße ich Sie sehr herzlich,
Ihr Waldemar Dixa



Was kommt nach der Abwrackprämie? Tote Hose oder Wachstum gegen Trend?

Viele Händler spüren jetzt schon, dass der Boom im Neuwagenverkauf mit Ausschöpfung des Abwrackprämien-Fördertopfes ziemlich bald ein Ende haben wird. Die Gesamtzuschusssumme des Fördertopfes von fünf Milliarden Euro ist nahezu ausgeschöpft und eine weitere Aufstockung ist gerade in diesen Tagen von der Regierung heftig abgelehnt worden, Deadline ist der 31.12.2009. An diesem Tag endet die staatliche Förderung endgültig. Was folgt dann? Stürzt die Branche in ein tiefes Loch? Sind Arbeitsplätze gefährdet? Welche Rezepte werden angeboten, welche Empfehlungen gibt es? Worauf es in Zukunft ankommt, lesen Sie im aktuellen Top-Thema der pluspunkte, Ihrem Fachmagazin von MultiPart.

Vermutlich versiegen die Mittel aber weit vorher. Laut aktueller Prognosen soll das, gemessen am aktuellen Stand mit etwa 1.250.000 gestellten Anträgen und Reservierungen, schon in etwa acht bis 10 Wochen der Fall sein. Aus Sicht der Händler, die seit Monaten im Verkaufs-Dauerstress stehen und kaum mit der Beratung der kaufwilligen Kunden und der Auslieferung nachkommen, mag eine Verschnaufpause vielleicht sogar willkommen sein, das Problem ist nur, dass diese Pause recht lang werden könnte.

In naher Zukunft droht ein Umsatzloch
Was ist jetzt zu tun, damit man nicht in das kommende Umsatzloch fällt?

Die Antwort von MultiPart heißt: Kundenbindung! Binden Sie gerade die Neuwagen-Käufer mit einer Fünfjahres-Garantie, dem neuen Garantiekonzept von MultiPart, das für nahezu 100 % Kundenbindung steht, dauerhaft an Ihr Haus und sorgen Sie so dafür, dass die Werkstatt langfristig Erträge generiert.



Foto: FOTOLIA

Die Mittel zur Abwrackprämie sind bald aufgebraucht

Dieses Konzept ist eine Innovation von MultiPart, die Ihnen die Kunden einmal jährlich in Ihre Werkstatt bringt und dafür

sorgt, dass Sie auch nach dem Abwrack-Boom gut zu tun haben.

Fortsetzung auf Seite 2

Das Gebot der Stunde: Kundenbindung mit MultiPart-Produkten

In den vergangenen Ausgaben der pluspunkte gab es immer wieder Artikel, die auf die zwingende Notwendigkeit der Kundenbindung und der dauerhaften Kundenbeziehung zur Pflege der Aftersalesgeschäfte hinwiesen. Auch in dieser Ausgabe nimmt dieses Thema aus aktuellem Anlass wieder einen breiten Raum ein. Nur die Betriebe, die Kundenbeziehungen dauerhaft pflegen können,

werden auch in einigen Jahren noch erfolgreich am Markt operieren. MultiPart bietet dabei allen die richtigen Werkzeuge an. Unter dem Begriff: „garantierte Kundenbeziehungen“ können Händler die bewährten Garantie-Programme einsetzen um damit die dauerhafte Kundenbindung zu gestalten. Nutzen Sie das komplette Angebot von MultiPart für eine gemeinsame erfolgreiche Zukunft.

MultiPart - Ihr zuverlässiger Partner

Informativer, übersichtlicher, schneller: Die neue MultiPart-Homepage

Nutzen Sie jetzt die neue MultiPart-Homepage. Sie präsentiert sich grundlegend überarbeitet, bietet mehr Informationen und mehr Service in übersichtlicher Form. Auf Ihren virtuellen Besuch freuen wir uns schon jetzt.

Herzlich willkommen bei
www.multipart.de



MultiPart Garantie AG, Im Leimenfeld 11, 77975 Ringsheim
Telefon: 0 78 22 - 89 15-0 Mail: info@multipart.de

Fortsetzung von Seite 1: "Wie geht es weiter nach der Abwrackprämie?"

Die Abwrackprämie: Gibt es ein Leben danach?

Dauerhafte Kundenbindung

Die beste Investition in Ihre Zukunft ist die Garantieverlängerung mit einer Langzeit-Garantie von MultiPart, auch betriebswirtschaftlich lässt sich das sehr gut darstellen. Mit Ihrer individuellen Kundenkarte und dem Kundenkontaktprogramm sorgt MultiPart für die Kundenbindung und der damit verbundenen Werkstattauslastung.

Nicht zögern, jetzt handeln!

Warten Sie nicht auf bessere Zeiten - sorgen Sie jetzt dafür, dass Sie auch in Zukunft gut zu tun haben. Sie wissen ja: Neukunden zu gewinnen kostet sieben Mal so viel, wie einen Kunden dauerhaft an das Haus zu binden. MultiPart liefert Ihnen das notwendige Handwerkszeug und die Konzepte dazu.

Rufen Sie an, fragen Sie unseren Außendienst oder informieren Sie sich aktuell unter www.multipart.de

Werden große Gebrauchtwagen zu Ladenhütern?

Mit der Abwrackprämie stieg die Nachfrage nach jungen Gebrauchten, auf der anderen Seite stehen rund 2 Millionen Gebrauchtwagen, vor allen Dingen die „Hubraumriesen“ auf den GW-Höfen der Händler. Die Preise (und die Restwerte) sinken spürbar, aber häufig helfen auch Preissenkungen nicht. Die Ware steht wie Blei. Da gibt es keine Patentrezepte, die Besitzer von Automobilen ab der Oberklasse aufwärts müssen sich mit deutlich geringeren Eintauschpreisen zufriedengeben, gleichzeitig ist mit höheren Leasingraten zu rechnen. Die sinkenden Rückkaufwerte fordern ihren Tribut und so mancher Kunde wird diese Tatsache damit kompensieren, dass er das Fahrzeug eben länger fährt. Das wird dem Neu-Geschäft schaden. Die geschilderte Situation wird sich vermutlich dann noch verschärfen, wenn mit anspringender Konjunktur die Ölpreise steigen. Wenn die Benzinpreise wieder bei jenseits der 1,50 € sind, wird die Nachfrage nach Benzin sparenden Fahrzeugen, also die nach Klein- und Kompaktwagen steigen. So weit wie es irgendwie möglich ist sollte man sich jetzt darauf einstellen: Hubraumstarke Fahrzeuge im Bestand reduzieren, kleinere Fahrzeuge mit Verbrauchsvorteilen im Sortiment aufbauen, Lieferanten sichern und die Präsentation entsprechend darauf abstimmen.

frage nach jungen Gebrauchten, auf der anderen Seite stehen rund 2 Millionen Gebrauchtwagen, vor allen Dingen die „Hubraumriesen“ auf den GW-Höfen der Händler. Die Preise (und die Restwerte) sinken spürbar, aber häufig helfen auch Preissenkungen nicht. Die Ware steht wie Blei. Da gibt es keine Patentrezepte, die Besitzer von Automobilen ab der Oberklasse aufwärts müssen sich mit deutlich geringeren Eintauschpreisen zufriedengeben, gleichzeitig ist mit höheren Leasingraten zu rechnen. Die sinkenden Rückkaufwerte fordern ihren Tribut und so mancher Kunde wird diese Tatsache damit kompensieren, dass er das Fahrzeug eben länger fährt. Das wird dem Neu-Geschäft schaden. Die geschilderte Situation wird sich vermutlich dann noch verschärfen, wenn mit anspringender Konjunktur die Ölpreise steigen. Wenn die Benzinpreise wieder bei jenseits der 1,50 € sind, wird die Nachfrage nach Benzin sparenden Fahrzeugen, also die nach Klein- und Kompaktwagen steigen. So weit wie es irgendwie möglich ist sollte man sich jetzt darauf einstellen: Hubraumstarke Fahrzeuge im Bestand reduzieren, kleinere Fahrzeuge mit Verbrauchsvorteilen im Sortiment aufbauen, Lieferanten sichern und die Präsentation entsprechend darauf abstimmen.



Großvolumige Fahrzeuge werden es künftig auf den GW-Plätzen noch schwerer haben

Autohandel 2010 - Wohin führt die Reise für den Fabrikatshandel?

Die Umweltprämie läuft 2010 aus. Bestimmte markengebundene Autohändler konnten nicht nur im Absatz, sondern auch im Ertrag beim Neuwagengeschäft Sonderprofite realisieren. Die Gesamtergebnislage dieser Unternehmen stellt sich aktuell gut dar. Was aber folgt auf die Umweltprämie insbesondere für den fabrikatsgebundenen Autohandel?

Der Gesamtmarkt für fabrikneue Pkw wird 2010 mit etwa 2,6 bis 2,7 Mio. Neuzulassungen taxiert. Damit wird mithilfe der Abwrackprämie für 2009 der erwartete Absatz, der wohl bei 3,5 Mio. liegen wird, deutlich unterschritten, was die Gesamtheit der Pkw-Händler erst einmal verkraften muss. Sie sollten das vorausseilend handelnd und nicht passiv abwartend unternehmen.

2010 nur noch 2,6 Mio Erstzulassungen
Der hohe Absatz Neuwagen 2009 muss im Folgejahr 2010 die Auslastung des Aftersales positiv beeinflussen, womit zusätzliche Erträge entstehen. Der negative Effekt - rückläufiger Absatz bei Neuwagen - wird also teilweise durch erhöhte Lohn- und Teileerlöse kompensiert.

Satte Gewinne oder herbe Verluste
Der fabrikatsgebundene Autohandel könnte in zwei Gruppen unterteilt werden. Die eine Gruppe wird 2009 satte Gewinne einfahren und hat so den Puffer erarbeitet, der die ärgsten Nöte

2010 abfangen kann. Die andere Gruppe ist mit einer Gewinnlage ausgestattet, die eben diesen Puffer nicht bietet. Die in diese Gruppe einzuordnenden Unternehmen segeln 2010 in schwerem Wetter.

Übersteht das der Fachhandel?

Nach den gestellten Schnelldiagnosen stellt sich die Frage nach der Therapie. Den Einstieg dazu liefern einige Überlegungen. Man sollte sich zunächst verdeutlichen, ob das Geschäftsmodell fabrikatsgebundener Autohandel für die mittlere Zukunft ertragreich gestaltet werden kann. **Dabei sind wichtige Punkte vordergründig:**

- Können die (meist beträchtlichen) Investitionsanforderungen des Herstellers, des Importeurs für die Zukunft mit eigenen oder fremden Mitteln erfüllt werden?
- Wie sind die Zukunftsaussichten der Sortimente der Hersteller auf dem Absatzmarkt zu bewerten? Existiert ein reichhaltiges Angebot kleiner, Sprit sparender und von der breiten Masse der Kunden bezahlbarer Fahrzeuge?
- Sind sich schon anstehende eventuelle Nachfolgeregelungen der Besitzer bereits angegangen worden?
- Im Weiteren ist natürlich die intensive Bearbeitung des Kostenblocks wichtig. Wichtig sind aber auch Überlegungen zur Hebung von Ertragsreserven in weiteren Geschäftsfeldern:

- Funktionieren die Prozesse der

Vermarktung von Gebrauchtwagen genauso gut wie im Bereich Neuwagen? Das gilt auch für die beim Fahrzeugankauf abzuarbeitenden Prozeduren?

- Funktioniert das Servicemarketing und Kundenmanagement?
- Funktioniert die Kommunikation mit den verschiedenen Banken? - Stichwort: Jahresabschlüsse, Finanzkommunikation, Reportings, Ratings?
- Reicht das vorhandene Controlling aus? - Stichworte Deckungsbeiträge, Kosten, Erlöse, Finanzen, Kennzahlen?

Handeln ist erforderlich

Wenn die soeben kurz umrissenen Fragen zügig angegangen werden, steht bereits ein tauglicher Ansatz zur Bewältigung der künftigen Anforderungen. Es ist durchaus sinnvoll, sich dazu des Rats externer Spezialisten zu versichern, die eindeutig Ihre unternehmerischen Interessen verfolgen.

Quelle: BBE Retail experts



Steht in Zukunft das "Geschäftsmodell Fabrikatshandel" auf der Kippe?

Garantierte Werkstattauslastung

Die beste Methode zur dauerhaften, ertragreichen Werkstattauslastung ist die „garantierte Auslastung“. Gemeint sind damit alle Methoden mit denen Sie Ihre Kunden dauerhaft an Ihr Haus binden können, möglichst von Anfang an:

Die Neuwagenanschluss-Garantie

Damit binden Sie Ihre Kunden über den Tag des Ablaufs der Herstellergarantie hinaus an Ihre Werkstatt.

Die GW-Garantie

Das unerlässliche Verkaufsförderungs-Instrument für Ihr GW-Geschäft und zur Pflege dauerhafter Kontakte an Ihre Werkstatt.

Händler-Garantiesystem

Diese beiden Produkte werden in Hinsicht der künftigen Entwicklung der Servicegeschäfte immer wichtiger. In Verbindung mit dem modernen MultiPart Händler-Garantiesystem haben Sie entscheidende Vorteile in ihrer Hand:

- Abwicklung und Garantiebedingungen werden von Profis gestaltet und umgesetzt.

- Dazu gibt es ständige Informationen, Statistiken und Kennziffern zu "schadensträchtigen" Typen.

30 % und mehr Ersparnis

Mit diesem System können Sie gegenüber einem Versicherungssystem bei identischer Leistung oft 30 % und mehr einsparen.

Diese Händlergarantie ist ideal für professionelles Arbeiten.

Mehr Informationen gibt es hier:

Telefon: 0 78 22 - 89 15-0

www.multipart.de

Wir trauern um unseren langjährigen Mitarbeiter

Siegfried Niehusen

* 26.11.1942 † 16.05.2009



der nach langer Krankheit von seinen Leiden erlöst worden ist. Siegfried Niehusen war mit seiner Tüchtigkeit, seinem Fleiß und dem Vertrauen, das er bei seiner Kundschaft genossen hat, mit entscheidend am Wachstum unserer Gesellschaft beteiligt. Wir haben ihm viel zu verdanken. Wir verlieren nicht nur einen ehemaligen Mitarbeiter, sondern auch einen guten Freund. Unsere Anteilnahme gehört seiner Frau und seiner Familie.

Ringsheim, den 16. Mai 2009

MultiPart
Garantie AG
Waldemar Dixa

Ihr Kontakt zu MultiPart:

Telefon: 0 78 22 - 89 15-0

Telefax: 0 78 22 - 89 15 30

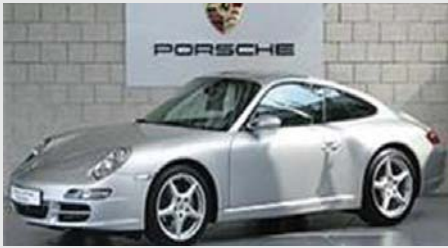
Mail: info@multipart.de,

www.multipart.de

30 Tipps für mehr Kundenkontakte und höheren Ertrag im Gebrauchtwagen-Online-Geschäft

10 Vorschläge für verkaufsfördernde Bilder

- 1 Mehr Fotos für den eMail-Anhang vorbereiten
- 2 Beleuchtung: Keine Aufnahme bei Gegenlicht oder Dämmerung
- 3 Fotoecke im Innen- oder Außenbereich einrichten
- 4 Logo und Autohaus-Namen im Hintergrund zeigen
- 5 Stellung der Vorderräder mit leichtem Lenkeinschlag
- 6 Auf Sauberkeit im Umfeld achten
- 7 Nur voll aufbereitete Fahrzeuge fotografieren
- 8 Gute Kamera und ein Bildbearbeitungsprogramm verwenden
- 9 Nehmen Sie Profibilder als Vorgabe für Ihre eigenen Bilder
- 10 Bilder im Internet regelmäßig auf Qualität kontrollieren



10 Vorschläge für eine verkaufsfördernde Fahrzeugbeschreibung

- 1 Fahrzeugbezeichnung vollständig angeben: Hersteller, Modell, Typ, Motorisierung, Karosserievariante, Ausstattungsvariante, Getriebeart
- 2 Ausstattungen genau beschreiben: Serienausstattung! Alle Sonderausstattungen, die wichtigste Zusatzausstattung zuerst, z. B. Navi, Leder, Klimaautomatik etc.
- 3 Eigene Erfassungslisten erstellen, nutzen Sie DAT-, Schwacke- und Herstellerangaben
- 4 Qualitätsmerkmale nennen wie z. B.: „aus erster Hand“, „unfallfrei“, „Jahreswagen“, „HU/AU neu“ usw.
- 5 Gebrauchtwagengarantie nennen und beschreiben (Download)
- 6 Leasing- und Finanzierungsangebote darstellen
- 7 Auf Sonderkonditionen hinweisen
- 8 Neufahrzeuge mit in die Börsen einstellen
- 9 Persönlicher Hinweis am Ende der Informationen: „Wir freuen uns auf Ihren Kontakt“
- 10 Regelmäßige eigene Kontaktanfragen in den Börsen machen

10 Vorschläge für eine optimale Fotoqualität

- 1 Fahrzeug vollständig ins Bild bringen
- 2 Fahrzeug aus einer Höhe von ca. 1,70 m fotografieren
- 3 Totalansichten: von vorne schräg über die Beifahrer- oder Fahrerseite
- 4 Front und Heck leicht von der Seite aufnehmen
- 5 Armaturenbrett von der Beifahrerseite aus fotografieren Innenansicht vorne und hinten
- 6 fotografieren Bilder vom Motorraum anfertigen
- 7 Den Kofferraum fotografieren
- 8 Cabriolets: Fotos mit offenem und geschlossenem Verdeck
- 9 Detailfotos: Navi, Soundsystem, Leder, Holz, Felgen, Panoramadach anfertigen



BranchenSplitter

Schadensteuerung

Steuern Sie Unfallschäden Ihrer Kunden sicher in Ihr Haus und vermeiden Sie die Fremdsteuerung durch Versicherungen. Dazu ein Tipp: Bringen Sie den Aufkleber mit Ihrer "Nothilfenummer" auf der Hülle des Warndreiecks Ihrer Kunden an.



Neue Werbemittel von MultiPart



Die neuen Fahnen für Ihre Außenwerbung

Impulse für die Zukunft

Die MultiPart-Studie „Darauf kommt es bei Verkauf und Service an“ liefert wichtige Impulse für die Zukunft im Autohaus. Das gilt sowohl für den Verkauf als für den Service. Sie sollten sich diese Anregungen für Ihr Geschäft nicht entgehen lassen. Fordern Sie Ihr Exemplar jetzt an: Telefon 0 78 22 – 89 15-0



Darauf kommt es bei Verkauf und Service an! Entscheidungsprozesse vor und nach dem Automobilkauf

STUDIE

Diese Studie gibt Antworten auf viele aktuelle Fragen im Automobilgeschäft

Vermeiden Sie teure Fehler beim GW-Einkauf

Verschaffen Sie sich mehr Sicherheit beim GW-Einkauf oder -Eintausch. Testen Sie Gebrauchtwagen mit dem „GW-Check“ von MultiPart sicherer denn je. Finden Sie auch die verdeckten Schäden an Fremdfabrikaten und schützen Sie sich so vor Gewährleistungsansprüchen ihrer Kunden.

Die eigene Marke und die eigenen Typen kennt man. Beim GW-Eintauschtest weiß man genau, wo man hinschauen muss um Schwachpunkte zu finden. Aber wie ist es, wenn ein Fremdfabrikat auf der Bühne zur GW-Bewertung ansteht? Kennen Ihre Mitarbeiter die individuellen Fehler anderer Fabri-

kate? Nutzen Sie jetzt als exklusiven und kostenlosen Service von MultiPart den "GW-Check©" und finden Sie so auch sicher verborgene Schwächen der Fahrzeuge, die Sie nicht täglich in der Werkstatt haben. Wir zeigen Ihnen, wo Sie hinschauen müssen. Darüber hinaus bietet der „GW-Check©“ von MultiPart

noch weitere wertvolle Informationen für Ihre Einkaufsgespräche und viele Verkaufsargumente für die betreffenden Fahrzeuge. Ein Tool mit dem Sie beim Eintausch viel Geld sparen können, wertvolle Informationen für Ihre Einkaufsverhandlungen erhalten und viel Verkaufsargumente sammeln können.

Startseite Impressum über MultiPart MultiPart-Team GW-Check© Presse Kontakt

++ 1 Million smart fortwo produziert +++ ZDK rechnet für 2009 nur mit ca. 2,8 M Zulassungen +++ Honda steigt au!

Partner-Login	MultiPart Garantie AG Im Leimenfeld 11 77975 Ringsheim Telefon: 0 78 22 - 89 15-0 Telefax: 0 78 22 - 89 15 30 Mail: info@multipart.de
Neuwagen-Anschlussgarantie	
Gebrauchtwagen-Garantie	
Händler-Garantie	
Garantie-Versicherung	
Garantieumfang	
Abwicklung	
Schadenmeldung	
Branchen-Links	
pluspunkte	

Herzlich willkommen

MULTIPART

Ihr Partner für Gebrauchtwagen- und Neuwagen-Anschlussgarantiesysteme

Klicken Sie auf „GW-Check©“ und Sie sind bei der GW-Bewertung einfach besser informiert.
www.multipart.de

"Mit Qualität zum Erfolg - so lautet die Firmenphilosophie. Wir empfehlen uns als das Autohaus der Zukunft, der sich als Meister zur Verfügung steht."

Waldemar Dixa

Pannensache Nummer 1...

... ist nach wie vor die Autobatterie. Das geht aus den Statistiken der Autoclubs aus dem vergangenen Jahr hervor. Damit bleibt die Batterie mit über 30 Prozent, wie auch schon in den Vorjahren, Spitzenreiter der häufigsten Pannensachen. Generell ist zu empfehlen, den Batterietest in die Checkliste des Dialogannahme-Checks aufzunehmen.



GW-Prozesse richtig steuern

Interne Probleme vermeiden, "Standzeit 0" verkürzen

Ein Gebrauchtwagen verursacht ab der Übernahme vom Kunden Kosten. Es ist deshalb zwingend notwendig, dass man die internen Prozesse bestens organisiert und die Abläufe beschleunigt. Ziel ist, die Standzeit „0“, also die Zeit ab Übernahme vom Kunden bis zur

Verkaufsbereitstellung, so kurz wie nur irgendwie möglich zu halten. Zeit ist Geld – dieser Spruch gilt besonders für das Gebrauchtwagengeschäft. Im nachfolgenden Diagramm stellen wir Ihnen die einzelnen Prozessschritte und die dazu notwendigen Tätigkeiten vor.



Inzahlungnahme Kundenfahrzeug

- Fahrzeugidentifikation
- Fahrzeugpapiere
- Erster „Augenschein“
- Erste Verwendungsentscheidung



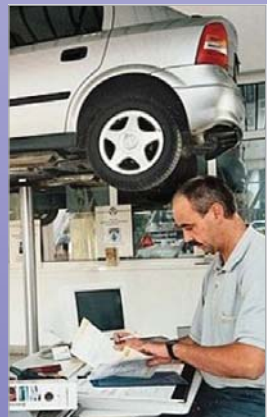
Fahrzeugübergabe an die Technik

- Fahrzeugdaten erheben
- Fahrzeug-Historie prüfen (wenn möglich)
- Fahrzeugwäsche durchführen
- Test terminieren



Technische Prüfung

- Mängelfeststellung nach Checkliste
- Zustands-Dokumentation
- Probefahrt
- Mängel dem Kunden präsentieren



Kalkulation der Instandsetzung

- Mechanische Reparaturen
- Karosserie-Instandsetzung
- Reifen, Rädererneuerung
- optische Aufbereitung



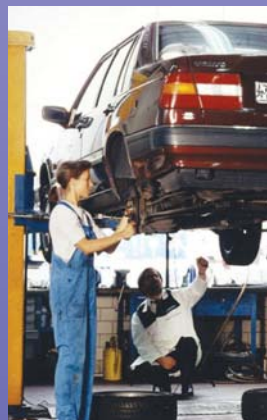
Kaufmännische Bewertung

- Tatsächlichen Instandsetzungsaufwand feststellen
- Optische Aufbereitung
- Fahrzeugwert-Ermittlung



Fahrzeug-Eintausch

- Vertragserstellung
- Fahrzeugübernahme vom Kunden
- Erstellung des Werkstattauftrags
- Zweite Verwendungsentscheidung



Instandsetzung und Aufbereitung

- Werkstattauftrag planen
- Straffe Zeitplanung
- GW-Fertigstellung terminieren
- Abnahme durch GW-Verkauf



Verkaufsbereitstellung

- Internetpräsentation / Börse
- Preis- und Wertauszeichnung
- Platzpräsentation
- GW-Werbung in ausgewählten Medien



Standzeit-Management

- Marktpreis-anpassung
- GW-Verkaufsförderung
- Börsenplatzierung
- Direkt-Marketing
- Verwendungsentscheidung



GW-Verkauf

- GW-Finanzierung
- GW-Auslieferungs-Check
- GW-Übergabe-Zertifikat
- GW-Garantie
- GW-Aftersales-Konzepte



Kundenbindung

- Werkstattauslastung über GW-Garantie
- Garantieverlängerung
- Langfristige Kundenbeziehung pflegen



Kundenbeziehung

- Direktmarketing
- Werkstatt-sicherung
- Kunden für Anschluss-geschäft gewinnen
- Erträge generieren

Herausgeber: MultiPart Garantie AG, 77975 Ringsheim
 Redaktion: Martina Thielicke
 Herstellung: www.mdw-wagner.de
 Druck: rothe druck und medien, 94036 Passau
 „pluspunkte“ mit zwei Ausgaben pro Jahr (ohne Rechtsanspruch)
 Alle Beiträge sind sorgfältig recherchiert, dennoch kann für den Inhalt keine Haftung übernommen werden.



Das Fachbuch inklusive Software für den Aufbau effektiver GW-Prozesse

Von Steffen Höschler und Erwin Wagner
 AUTOHAUS Verlag,
 München

