



Business Value Consulting Group



Automobilhandel

Wir über uns

BVCG

Betriebswirtschaft im Automobilhandel

Kontakt-Management

Kontakt

Die Partner der BVCG-Group beraten den Mittelstand in allen unternehmensrelevanten Bereichen und machen die Unternehmen dadurch nachhaltig erfolgreich. Unseren mittelständischen Kunden bieten wir folgendes Dienstleistungsspektrum:

- M&A-Beratung (Beratung und Vermittlung bei Kauf und Verkauf von Unternehmen)
- Finanzierung
- Betriebswirtschaftliche Beratung

Mitglieder der BVCG-Group sind die über gegenseitige Beteiligung verbundenen Firmen

- **MR+C, Frankfurt**
- **PARZER + COLLEGEN, Nürnberg und Aachen**
- **SCHNEIDER + COLLEGEN, Stuttgart**

mit Büros in Bulgarien, Österreich, Polen und Ungarn. Langjährige Praxiserfahrung, Umsetzungsstärke und strukturierte, systematische Vorgehensweise kennzeichnen uns. In enger Abstimmung mit unseren Kunden erarbeiten wir die optimale Lösung und setzen diese auch um.

Standort	Partner	
Stuttgart	Dr. Manfred Schneider	
Aachen	Dr. Ralf Hartwig	
Frankfurt	Dipl.-Kfm. Michael F. Hamann	
Nürnberg	Josef Parzer MBA	
Bulgarien	Sorniza Ilieva MBA	
Österreich	Josef Parzer MBA	
Polen	Dr.-Ing. Jacek Fitt MBA	
Ungarn	Dipl.-Kfm. Rudolf Szálasi	

Unsere Philosophie

- Wir verstehen uns als der kompetente Berater des Mittelstandes in Fragen der Unternehmensfinanzierung, von Käufen, Verkäufen und Nachfolgeregelungen.
- Die Zufriedenheit unserer Kunden ist der Maßstab unserer Arbeit.
- Der Erfolg unserer Kunden ist unser Ziel.
- Wir arbeiten in engstem Dialog mit unseren Kunden.
- Was wir konzipieren, setzen wir auch um; denn erst mit der Umsetzung zeigt sich der Erfolg.
- Unsere Honorare sind im wesentlichen erfolgsabhängig.
- Absolute Seriosität und Vertraulichkeit wird von uns garantiert
- Unsere Partner sind erfolgreiche Führungskräfte aus der Geschäftsleitungsebene.

B·V·C·G

Beratungsportfolio:

Finanzierung

- Optimierung der Passivseite der Bilanz
- Private Placements
- Equity Finanzierung
- Mezzanin Finanzierung
- Assets to value:
 - Leasing (Sale-and-lease-back)
 - Factoring
- Objektfinanzierungen

M&A

- Beratung und Suche bei:
 - Unternehmenskauf/-verkauf
 - Beteiligungskauf/-verkauf
- Betreuung MBO/MBI
- Ermittlung von strategischen Optionen:
 - Expansion
 - Diversifikation oder
 - Aufgabe von Geschäftsfeldern
- Akquisitionsfinanzierung

Betriebswirtschaft

- Interimsmanagement
- Krisenmanagement
- Strategie
- Controlling
- Schulung auf den Gebieten:
 - Unternehmensentwicklung
 - Strategieplanung
 - Unternehmensplanung/Controlling/Frühwarnsysteme
 - Projektmanagement

Wir schaffen Mehrwert

Beratung im Automobilhandel

BVCG

Betriebswirtschaft im Automobilhandel

Kontakt-Management

Kontakt

Unsere Beratungsfelder decken das ganze Unternehmen ab

Management des Gesamtbetriebes

- Strategie
- Standortpolitik
- Steuerungsphilosophie
- Steuerungsinstrumente
 - „Cockpit“
 - Budget
 - G&V
 - Liquidität
- Kundenbeziehungsmanagement
Personalplanung,
-beschaffung,
-qualifizierung
- Motivations-/Vergütungssysteme

Management des Fahrzeugverkaufs

- Vertriebspolitik
 - Volumen/ Discounts
 - Vertriebskanäle
 - Fahrzeugankauf
 - Fahrzeugdisposition/ Umschlagsfaktoren
 - Showroom-/ Gebietsverkauf
 - Flottengeschäft
 - Werbung/Marketing
 - Finanzierung
 - Versicherungen
- Verkäufersteuerung

Vertriebsprozesse

- Anfragemanagement
- Kundenempfang
- Kundenberatung
- Fahrzeugpräsentation
- Probefahrten
- Fahrzeugauslieferung
- Fahrzeugaufbereitung
- Finanzierung/ Leasing
- Versicherungen

Management

Service und Teile

- Servicepolitik
 - Preisgestaltung
 - „Packages“
 - Kulanzpolitik
 - CRM/Werbung/Marketing
 - Serviceleistungen (Express-, Hol- u. Bring-Service, ...)
- Teile- & Zubehörpolitik
- Volumen/Preise
- Bevorratung/
- Umschlagsfaktoren
- Bezugspolitik

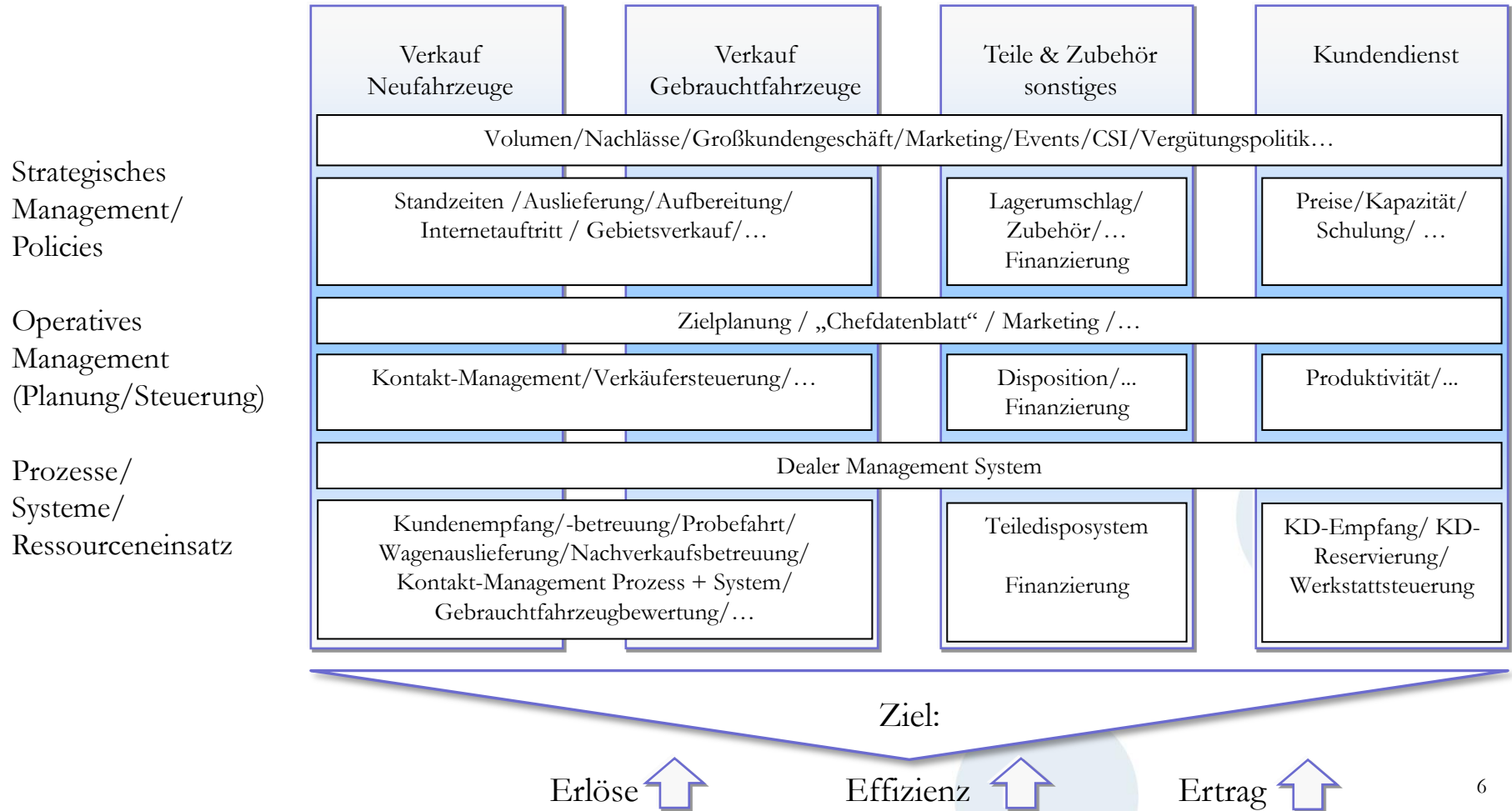
Prozesse

Service und Teile

- Kundeneinplanung
- Kundenempfang
- Kundenbetreuung/-beratung
- Garantie & Kulanz
- Techn. Prozesse
- Produktivität / Effizienz

Beratung im Automobilhandel

Unser Optimierungsansatz ist ganzheitlich



Beispiel: Kunden-Kontakt-Management

BVCG

Betriebswirtschaft im Automobilhandel

Kontakt-Management

Kontakt

Schwachstelle Anfrage-Management:

Studie Marketing Partner
vom 15.02.2008:

Jede zweite Probefahrt-Anfrage landet im Nirgendwo

Der Kundenwunsch nach einer Probefahrt bleibt bei Hersteller und Handel noch immer viel zu oft ungehört. Wie die Unternehmensberatung Marketing Partner am Freitag auf Basis einer aktuellen Untersuchung mitteilte, wurden von 400 Testanfragen, die über die Website bzw. die Hotline der zehn absatzstärksten Automarken in Deutschland gestellt wurden, nur 54 Prozent beantwortet. Die größten Chancen auf einen Termin haben Kaufinteressenten bei Toyota, wo 90 Prozent aller beim Hersteller gestellten Anfragen vom Handel erwidert wurden.

Laut Studie kam Mercedes mit 77,5 Prozent auf den zweiten Platz, gefolgt von Skoda (67,5 Prozent), BMW (62,5 Prozent) und Peugeot (57,5 Prozent). Deutlich schwächer die Volumenmarken: die Opel-Verkäufer beantworteten 42,5 Prozent aller Testanfragen, Ford 40 Prozent und Renault 37,5 Prozent. Audi und VW hätten jeweils nur auf 35 Prozent aller Probefahrtwünsche reagiert, hieß es.

Die durchschnittliche Reaktionszeit lag den Angaben zufolge bei drei Tagen. Die Schnellsten waren Skoda-Händler, die sich im Schnitt bereits am folgenden Tag, oftmals sogar noch am gleichen meldeten. Mercedes, BMW und Renault antworteten in der Regel nach zwei Tagen, Opel und Toyota nach 2,5, Peugeot nach 3,5 und Audi nach vier Werktagen. Bei Ford dauerte es durchschnittlich 4,5 Tage. Schlusslicht war wiederum VW mit durchschnittlich neun Werktagen.

Schlechter erster Eindruck

„Wenn rund die Hälfte aller Anfragen von Kaufinteressenten unbeantwortet bleibt, bedeutet das nicht nur eine Vielzahl verpasster Verkaufschancen, sondern auch eine Menge verärgertes Kunden“, kommentierte MP-Vorstand Joachim Ramelow die Ergebnisse. Nach seinen Worten bestehen die größten Probleme insbesondere im Zusammenspiel zwischen Hersteller und Autohaus, in der fehlenden Transparenz über den aktuellen Bearbeitungsstand im Handel sowie im systematischen Nachverfolgen der Anfragen durch den Hersteller.

Exemplarisch griff die Unternehmensberatung VW und Audi heraus: Hier sei das Probefahrt-Anliegen zum Teil bereits an der Hotline der beiden Hersteller gescheitert. Während die meisten Anfragen breitwillig aufgenommen wurden, bekamen einige Testpersonen als Antwort, die Hotline vermittele keine Probefahrten und man möge sich direkt an den Händler wenden. Anderen Testpersonen wiederum wurde erklärt, dass die Vereinbarung einer Probefahrt nur über die Website des Herstellers erfolgen könne. (rp)

Beispiel: Kunden-Kontakt-Management

BVCG

Betriebswirtschaft im Automobilhandel

Kontakt-Management

Kontakt

Die Institutionalisierung des Kunden-Kontakt-Management systematisiert und professionalisiert den Prozess der Kundenbetreuung auf den Feldern

- Akquisition
- Qualifizierung
- Führung

mit den Aufgaben:

- Anfragemanagement (Persönlich, Telefon, Fax, Email)
- Verkaufs-Kampagnenmanagement
- Kundendienst-Kampagnenmanagement
- Bestandskundenqualifizierung Verkauf und Kundendienst
- CRM
- Beschwerdemanagement



Ziel: Maximale Effizienz in der Kundenbetreuung

Beispiel: Kunden-Kontakt-Management

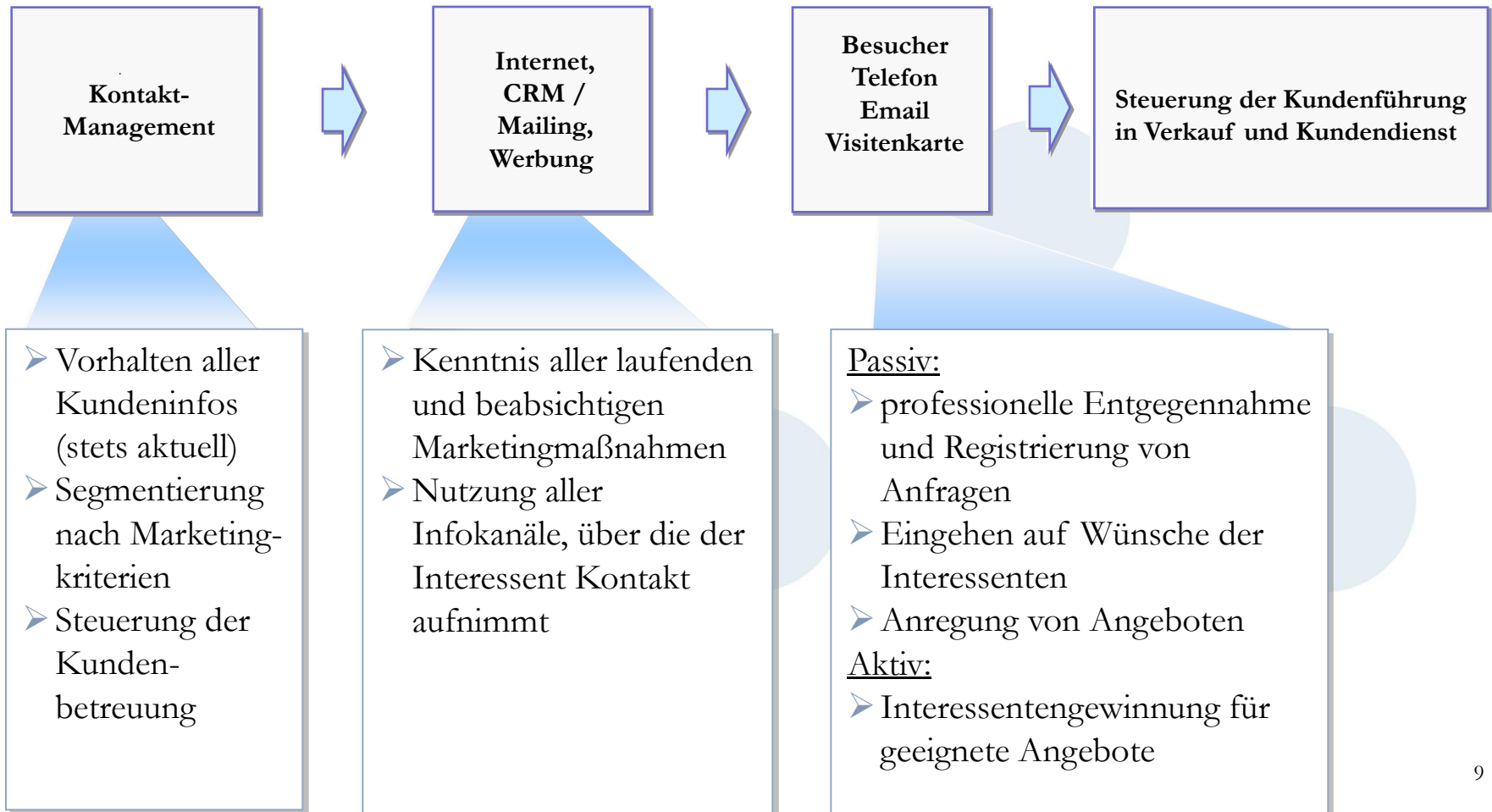
BVCG

Betriebswirtschaft im Automobilhandel

Kontakt-Management

Kontakt

Das Kunden-Kontakt-Management steuert die Kundenkampagnen und -kontakte



Beispiel: Kunden-Kontakt-Management

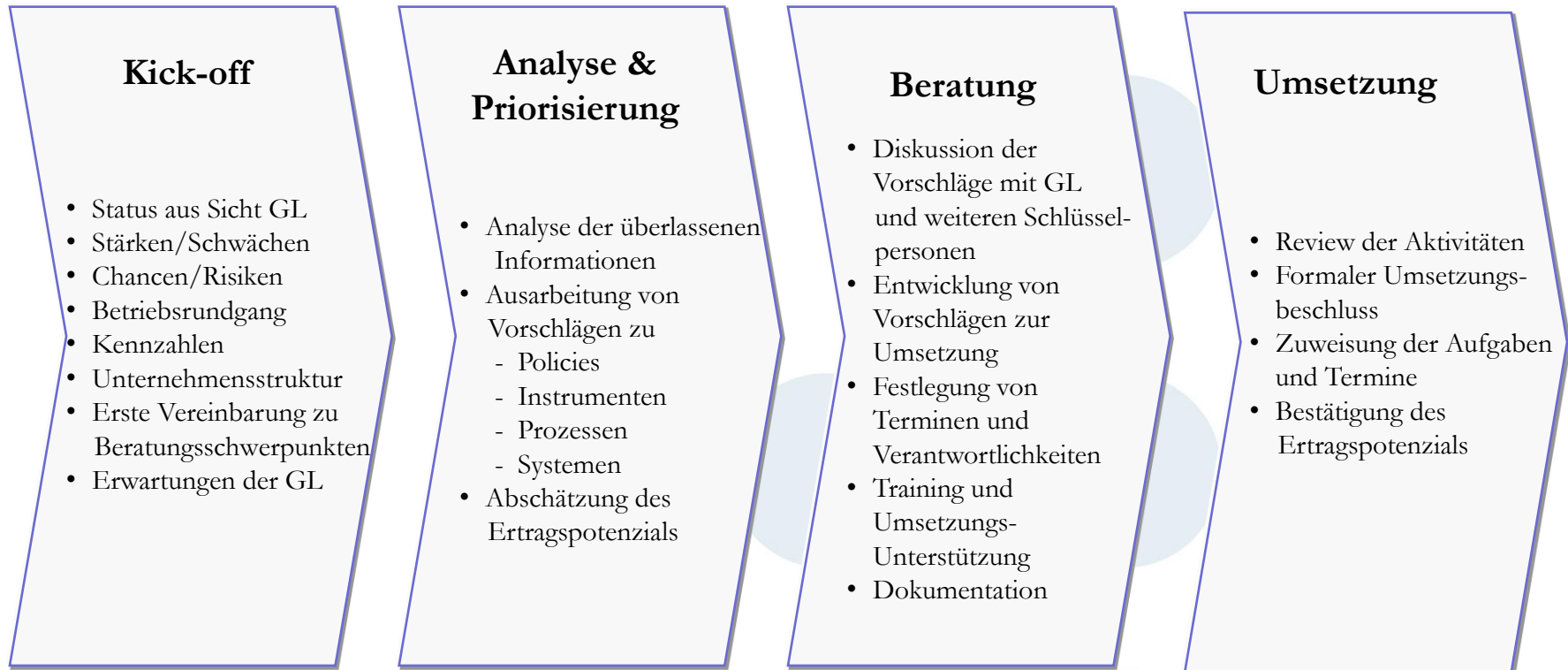
BVCG

Betriebswirtschaft im Automobilhandel

Kontakt-Management

Kontakt

Die Beratung findet in engem Kontakt mit der Geschäftsleitung statt



Beispiel: Kunden-Kontakt-Management

Beispiel eines Großbetriebes:
Der Erfolg ist messbar und deutlich

Ergebnisse	Jahr <u>vor</u> KKM	Jahr <u>mit</u> KKM	Faktor
Eingegangene Kontakte	4.250	12.750	3,0
Geschlossene Kontakte	3.865	12.750	3,3
Besuche	400	1.200	3
Verkäufe	400	1.120	2,8

BVCG

SCHNEIDER + COLLEGEN GmbH

Gottlob-Ernst-Straße 8

71404 Korb

Dr. Manfred Schneider, Seniorpartner

Claudia Mitterer, Office Managerin



Fon: +49 7151 6042743

Fax: + 49 7151 278647

Mail: schneider@bvcg-group.com