

Betriebsführung



Keywords

- ✓ Betriebsorganisation
- ✓ Geschäftsbereiche eines Autohauses
- ✓ Kundenorientierung
- ✓ Was beeinflusst Kundenzufriedenheit?
- ✓ Kundenbindung
- ✓ Kundenarten

1 Betriebsorganisation

Ein Unternehmen ist auf die Optimierung des Gewinns ausgerichtet. Dies wird erreicht durch den optimalen Einsatz von Mitarbeitern, Maschinen, Material und Zeit.

1.1 Aufbauorganisation – Geschäftsbereiche eines Autohauses

Organigramm → Hierarchisch strukturiert, Organisationsstruktur, Weisungsbeziehungen

Softskills → Selbstsicherheit, Selbstständigkeit, Entscheidungsfähigkeit

1. Geschäftsleitung

- *Aufgaben* Kundenbeschwerde über eine zu hohe Rechnung, Betriebsführung, Planung und Organisation
- *Funktionen* bestimmt Geschäftspolitik und legt die Zielsetzung des Autohauses fest

2. Kundendienst

- *Aufgaben* Annahme von Reparaturen, technische Beratung des Kunden, Fahrzeugübergabe an Kunden, Abwicklung von Garantiefällen
- *Funktionen* Schnittstelle zwischen Kunden und Werkstatt

3. Kfz-Werkstatt

- *Aufgaben* Durchführung von Reparaturen und Wartungsarbeiten, Einbau von Zubehör
- *Funktionen* Durchführung der Werkstattarbeiten

4. Teiledienst

- *Aufgaben* Verwaltung von den Ersatzteilen und Zubehör, Ausgabe von Teilen, Verkauf von Teilen
- *Funktionen* Verwaltung eines Ersatzteile- und Zubehörsortiments

5. Verkauf

- *Aufgaben* Kundenberatung, Neuwagenverkauf, Verkauf von Gebrauchtwagen, Fahrzeugauslieferung und -übergabe, Bewertung von Gebrauchtwagen
- *Funktionen* Umsatz von Fahrzeugen

6. Verwaltung

- *Aufgaben* Zahlungserinnerung einer nicht gezahlten Rechnung an den Kunden, Buchhaltung, Abwicklung von Geschäften mit Lieferanten und Herstellern, Lohn- und Gehaltsabrechnung
- *Funktionen* kaufmännische Aufgaben

1.2 Kunden und Betrieb

Kundenorientierung ist die Ausrichtung des Denkens und Handelns der Mitarbeiter auf den Kunden und seine Bedürfnisse. Macht das wirtschaftlich Sinn? Kundenanforderungen zu erfüllen oder Erwartungen des Kunden zu übertreffen.

Was beeinflusst die Kundenzufriedenheit? Nenne Merkmale

1. Technische Produktqualität

- Verarbeitung und Reparaturanfälligkeit
- Ausführung von Wartungs- und Reparaturarbeiten

2. Servicequalität

- Kulanzregelungen
- Einhaltung von Terminen
- Qualität der Beratung
- Umgang mit Reklamationen an

3. Ruf des Autohauses (Reputationsqualität)

- Guter Ruf, Kompetenz

4. Persönliche Beziehungsqualität

- Mitarbeiter - Kunde

5. Preiswahrnehmung

- Gutes Preis-Leistungs-Verhältnis, Angebote, Transparenz

6. Kundenbindung

- Ziel: langfristige Bindung

Servicekonzepte, um die Kundenbindung zu verbessern

- Werbung
- Garantie und Kulanz
- Hol- und Bring-Service
- Reparatur-Finanzierung
- Dienstleistungsangebote: Verkauf, Wartung

Bestandskunden halten vs. Neukunden werben kostet 5 – 6x mehr

Kundenarten

1. **Laufkunde** (Kommt zufällig und hat keine Bindung)

- *Bedeutung* Gering
- *Erwartung des Kunden* Schnelle und zuverlässige Ausführung der Arbeit
- *Maßnahmen* Keine

2. **Dauerkunde** (nimmt gelegentlich Service in Anspruch)

- *Bedeutung* Mittel
- *Erwartung des Kunden* zuverlässig und preisgünstig
- *Maßnahmen* Angebote an Kunden

3. **Stammkunde** (lässt alle Arbeiten in der Werkstatt ausführen)

- *Bedeutung* Hoch, Wachstum und Gewinn kann erwartet werden, Weiterempfehlung des Betriebs
- *Erwartung des Kunden* persönliche Betreuung
- *Maßnahmen* persönliche Ansprache

4. **Großkunde** (Gesamten Fuhrpark warten)

- *Bedeutung* sehr hoch
- *Erwartung des Kunden* Schnelle und gute Ausführung, Kulanz
- *Maßnahmen* Rabatt, Terminvereinbarung

Vorsicht bei Zahlungszielen von 30 oder 60 Tage. *Beispiel:* Aldi legt bei einer Bank stundenweise / 28 Tage lang Geld an und lässt das Geld für sich arbeiten.

Beratungsgespräch → *Ziel:* Kundenwünsche ermitteln, Kundenbindung und -gewinnung

2 Marketing

→ Ziel: verbesserte Qualität, Erhöhen der Marktanteile, Gewinnen neuer Kunden, Verbesserung des Images

2.1 Marktforschung

- Marktbeobachtung (Regelmäßige Untersuchungen auf Preise, Qualität und Quantität)
- Marktanalyse (Einmalige Auswertung wichtiger Marktdaten)
- Marktprognose (Aussage über voraussichtliche Marktentwicklung)

Marktinformationen

- Allgemeine Marktinformationen (Trends, Mode, Marktentwicklung, technischer Fortschritt)
- Konkurrenzinformation (Dichte, Schwächen und Stärken, Ziele, Angebote)
- Lieferanteninformationen (Dichte, Leistungen, Konditionen, Ansprüche)
- Kundeninformationen (Kundenzahl, Kaufkraft und Einkommen, Kundenwünsche, Lebensstil, Produktkenntnisse)

2.2 Marketing-Mix

Marketing erfordert je nach Produkt andere Maßnamenskombinationen

1. Produkt- und Sortimentspolitik (Kundendienst, Sortimentsgestaltung, Produktveränderung)

- **Produktelemente**

- Kernprodukt (Kernvorteile)
- Formales Produkt (Markenname, Qualität, Produkteigenschaften, Styling, Verpackung)
- Erweitertes Produkt (Kostenlose Lieferung, Garantieleistung, Installation, Service)

- **Produktlebenszyklus Phasen**

- Entwicklung (Entwicklungskosten)
- Einführungsphase (hoher Verlust)
- Wachstumsphase (Verbesserung)

- Reifephase (hohe Gewinne)
 - Sättigungsphase (Gewinnrückgang)
 - Rückgangsphase (geringe Gewinne)
2. Kommunikationspolitik (Werbemaßnahmen, Öffentlichkeitsarbeit, Verkaufsförderung)
 3. Preis- und Konditions politik (marktbezogene Preisgestaltung, Liefer- und Zahlungsbedingungen)
 - **Marktarten und Preisgestaltung**
 - Angebotsmonopol *Beispiel:* Bahn, früher: Deutsche Post, Telekom
 - Nachfragemonopol *Beispiel:* Rüstungsindustrie, Kampfpanzer
 - Angebotsoligopol *Beispiel:* Mobilfunkanbieter, Preisabsprachen
 - Nachfrageoligopol *Beispiel:*
 - Polypol *Beispiel:*
 4. Distributionspolitik (Vertriebswege, Messen, Filialen, Vertreter)

3 Recht

Welche Möglichkeit hat der Kunde, wenn er einen Mangel an seinem neuen Fahrzeug feststellt?

Käufer hat Recht

- auf Nacherfüllung (Reparatur oder Neulieferung)
- Rücktritt
- Minderung des Kaufpreises
- Anspruch auf Schadenersatz statt der Leistung
- Ersatz vergeblicher Leistungen

Unterschied zwischen Garantie und Sachmängelhaftung

Garantie ist eine freiwillige Leistung des Betriebes. Die Garantielaufzeit kann frei mit dem Kunden vereinbart werden.

Die Sachmängelhaftung ist vom Gesetzgeber vorgeschrieben und ist 24 Monate beziehungsweise mit Einschränkung 12 Monate gültig (gebrauchte Ware).

Beweislast im Rahmen der Sachmängelhaftung

- bis 6 Monate: Beweislast beim Unternehmen
- nach 6 Monate: Unternehmen kann Beweislast auf den Kunden umkehren