



IST-Check Aftersales

Kennzahlen-Anforderung

PRO ANSYS©



Erwin Wagner Marketingagentur für die Automobilwirtschaft

Niedernhart 1 a • 94113 Tiefenbach • Tel. 0049 (0)8546 9758150 • Fax 0049 (0)8546 9758151 • info@mdw-wagner.de • www.mdw-wagner.de

Ziel dieser Vorlage zur Erfassung der Aftersales-Daten

Der Erfassungsbogen dient zur ersten Orientierung und Vorbereitung auf eine PRO ANSYS© Analyse im Betrieb.

Der Fragenkatalog sollte soweit wie möglich bearbeitet werden. Falls angeforderte Informationen nicht oder nur mit unverhältnismäßig hohem Aufwand beantwortet werden können, wird um Rücksprache gebeten.

Kennzahlen: IST-Check

- **Informationen zum Autohaus**
- **Informationen zu Service- und Leistungsangeboten**
- **Informationen zum Personal**
- **Umsatzdaten**
- **Werkstattorganisation**
- **Analyse Service-Marketing**

Informationen zum Autohaus

Autohaus* Name, Straße, Ort	Telefon: _____
_____	Mail: _____
_____	Web: _____
* evtl. Visitenkarte einkleben	
Geschäftsführer*:	Telefon/Mail: _____
Serviceleiter*:	Telefon/Mail: _____
Teiledienstleiter*:	Telefon/Mail: _____
kfm. Leiter*:	Telefon/Mail: _____
Werkstattleiter*:	Telefon/Mail: _____
* bitte Vor- und Zuname	

Service für folgende Marken	Nutzfahrzeug/Transporter
_____	_____
Mehrmarken-Service <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein	

Informationen zum Personal

Werkstatt / Monteure*	
Werkstatt:	Vollbeschäftigte
Anzahl _____ ME	_____ %
	Monteure mit geringerem Produktiveinsatz
Monteure: _____ ME	_____ %
	Bitte anteilige Beschäftigung angeben
	_____ %
* Gibt es dazu innerhalb der letzten 12 Monate Veränderungen wie z. B. Zugänge, Abgänge, Langzeiterkrankte, Teilzeit etc.?	

**Gibt es aktuelle
Stellenbeschreibungen/Funktions-
beschreibungen?**

ja* nein

**Gibt es ein Programm zur individuellen
Mitarbeiterentwicklung im Service?**

ja nein

Bitte kurz erläutern:

Karosserie / Lack	Teiledienst
Anzahl _____ ME	Anzahl Mitarbeiter (ohne Abteilungsleiter)
_____ ME	_____
Arbeitskräfte mit geringerer Produktivität	_____
_____ %	_____

**Gibt es Service-Leitsätze,
eine Service-Philosophie?**

ja nein

* wenn vorhanden, bitte einfügen

Service-Prozesse

Wer macht die Service-Termine?

- Service-Assistenz Serviceberater
 andere

Wer macht die Auftragsvorbereitung und Werkstattauslastung?

- Service-Assistenz Serviceberater
 andere

Welches Werkstatt-Planungssystem verwenden Sie?

Gibt es eine Auftragsvorbereitung?

(Vorabauftrag, offene Garantien, ET-Info)

- ja nein
-

Gibt es einen ständigen Überblick über den Reparaturstatus?

- ja nein

Wie hoch ist der Anteil der angemeldeten Termine zu den Gesamtterminen?

_____ %

Wie hoch ist der Anteil an Serviceaufträgen < 45 Minuten?

_____ %

Gibt es einen eigenständigen Express-Service?

- ja nein

Umsatzdaten Werkstatt in €

	laufendes Jahr	Vorjahr gesamt
Umsatz Service komplett		
Lohnerlöse		
- davon Mechanik		
- davon Karosserie		
- davon Lackierung		
Nachlässe auf Lohn		
Umsatz Fremdleistungen		
Bruttoertrag Fremdleistungen		
Umsatz Schmierstoffe		
Bruttoertrag Schmierstoffe		
Summe aller Kosten im Service*		
Abteilungsergebnis im Service		

	laufendes Jahr	Vorjahr gesamt
Umsatz Teiledienst komplett		
- davon OE und Original Zubehör		
- davon Fremdteile		
Nachlässe auf Teile		
Wareneinsatz komplett		
- darin enthalten vorgebuchte Boni und Zuschüsse		
Bruttogewinn Teiledienst komplett		
Summe aller Kosten im Teiledienst*		
Abteilungsergebnis im Teiledienst		

* inkl. Verwaltungskostenumlage bei Vollkostenrechnung

Umsatzdaten Teiledienst in €

Sind die Bonusziele (Einkauf) und der aktuelle Stand der Erreichung bekannt? Auch den Mitarbeitern?

ja nein

Gibt es für den Service eine Umsatz- und Ertragsplanung?

Wenn ja, bitte beifügen

Werden die Service-Mitarbeiter bei der Zielabrechnung mit einbezogen?

ja nein

Gibt es neben den quantitativen Zielen auch qualitative Ziele?

(Kundenzufriedenheit, Werkstattzufriedenheit . . .)

ja nein

Gibt es für den Teiledienst eine Umsatz- und Ertragsplanung?

Wenn ja, bitte beifügen

Werden die Teiledienstmitarbeiter bei der Zielabrechnung mit einbezogen?

ja nein

Verkauf von Teilen und Zubehör an gewerbliche und private Kunden

Welchen Umsatzanteil hat dieser Verkaufsweg?

_____ € p. a.

_____ % Anteil am Gesamtteileumsatz

Welchen durchschnittlichen Rohertrag erzielen Sie mit diesem Verkaufsweg?

_____ % _____ (ohne Rückvergütung)

Umsatzdaten Teiledienst in €

Welche Preise werden verrechnet?

(Theke und Werkstatt)

Endkunden UPE Preisaufschläge
auf UPE
_____ %

Interne Abnehmer
GW/NW UPE mit Abschlägen
_____ % EK mit
Rabatt-Staffel Aufschlägen
_____ %

Flotten-
kunden UPE abzügl.
empf. Rabatt zusätzliche
Rabatte

(Freie
Werkstatt) UPE abzügl.
empf. Rabatt zusätzliche
Rabatte

Gibt es für ET-Kunden einen Zustelldienst?

(feste Zustellzeiten oder/und von Fall zu Fall)

Werden Absatzwege über das Internet genutzt?

Wenn ja, welche?

Reifen- und Zubehörgeschäft

Wie werden die anderen Abteilungen in Zubehör- und Reifenverkauf einbezogen?

a) Neuwagen

b) Gebrauchtwagen

c) Disposition

d) Service-Dialogannahme

Umsatzdaten Teiledienst in €

**Wie wird im Zuge des Fahrzeugverkaufs –
das verkaufte Zubehör/ET berechnet?**
(direkt an Kunden, intern usw.)

Wer ist für die Kundenrädereinlagerung verantwortlich?

**Wie viele Kundenradsätze (ohne interne) sind zurzeit
eingelagert?**

Sind die Räder im Hause oder extern gelagert?

Gibt es Anreizsysteme für den Zubehörverkauf?

Erfolgszahlen

Kennen Sie den Umsatz aus Bestellware?

_____ €

Wenn die Zahl nicht zur Verfügung steht, bitte eine Schätzung vornehmen:

Anteil der Bestellware am Gesamtteileumsatz

_____ %

Anteil nach VZ-Schreibung

_____ %

Ziele Teileumsatz und Ertrag

Gibt es für das laufende Jahr ein formuliertes Ziel?

ja nein

Bestand

Lagerbestand _____ € _____ Positionen per _____
Lagerbestand _____ € _____ Positionen Originalteile
Lagerbestand _____ € _____ Positionen Original-Zubehör
Lagerbestand _____ € _____ Positionen Schmierstoffe
Lagerbestand _____ € _____ Positionen Reifen
Sonstige Fremdteile _____ € _____ Positionen
Datum letzte Inventur _____ _____ Inventurdifferenzen €

Wird der EDV-Bestand mit den Buchhaltungsbeständen abgeglichen?

Wann wurden Wertberichtigungen vorgenommen?

Letzte Abschreibung am: _____ €
Vorletzte Abschreibung am: _____ €
Letzte Verschrottung am: _____ €
Vorletzte Abschreibung am: _____ €

Umschlagszahlen

Teileumschlag

(Gesamtteileumsatz p. a. / durchschnittlicher Lagerbestand*100)

per _____ TU

Echter Lagerumschlag

(Teileumsatz aus Lagerware p. a. / durchschnittlicher Lagerbestand*100)

per _____ LU

Werkstattdaten

Anzahl Durchgänge p. a.

verkaufte Std. je DG _____ €

verkaufte Teile je DG _____ €

Verhältnis Lohn / Teile _____ zu _____

Umsatz je Durchgang

davon Lohn _____

ET _____

gesamt _____

Werkstattdaten

Gibt es Service-Controlling-Beobachtungen?

Umsatz Tag Woche Monat

Gibt es regelmäßige SOLL/IST-Vergleiche?

Existiert eine Umsatz- und Ertragsplanung?

Werden die Mitarbeiter in diese Planung einbezogen?

Gibt es ein Budget für die Werkstatt?

Werkstatt-Organisation

Mit welchem Konzept wird gearbeitet?

Teamkonzept Werkstattleitung

Wie wird die Qualität der Werkstatteleistung gemessen und dokumentiert?

Lagerorganisation & Logistik

Gibt es ausreichend Raum/Platz im Teilelager?

Ist die Ordnung im Teilelager gewährleistet?

Gibt es für die Mechaniker eine Selbstbedienungsmöglichkeit für ein begrenztes Sortiment?

Gibt es ein Lagerortssystem?

Ist die Lagerung der Teile wege- und raumoptimiert?

Wenn es einen Lagerplan (Grundriss) gibt, bitte einfügen.

Abläufe intern:

Gibt es eine Aufgabenteilung der Mitarbeiter?

**Wie ist die Kontrolle des Wareneingangs organisiert?
(manuell, Scanner-Lösung)**

Bestellorganisation

Bestellung und Belieferung beim Hersteller/Importeur:

	Bestellschluss	Lieferung
1. Lieferung	_____ Uhr	_____ Uhr
2. Lieferung	_____ Uhr	_____ Uhr
3. Lieferung	_____ Uhr	_____ Uhr
4. Lieferung	_____ Uhr	_____ Uhr

Wenn von einem anderen Standort des Unternehmens dort lagernde Teile benötigt werden, wie ist dies organisiert?
(Logistik und Fakturierung)

Wird der Grundsatz „Teilebestellung nur mit vorhandenem Auftrag/Auftragsnummer“ zu 100 % eingehalten?

Kann jeder Mitarbeiter schnell und mit geringem Aufwand Auskunft über den Status der bestellten Teile geben?

Werden die bestellten Teile sofort dem Auftrag zugebucht?

Auftragsabwicklung mit der eigenen Werkstatt

Gibt es eine Teilevorbereitung für die Werkstatt?

Wie ist der Informationsfluss ins Teilelager organisiert?

a) aus der Terminvergabe:

b) aus der Dialogannahme:

c) aus der Werkstatt:

Wie werden die bereitgestellten Teile gekennzeichnet?

Wie viele Teiledienstmitarbeiter sind mit der Tätigkeit am Werkstattschalter ausgelastet?

Analyse Service-Marketing

1. Serviceeinzugsgebiet/Marktbearbeitungsgebiet

1.1 Einwohnerzahl _____ Anzahl

1.2 Fahrzeugbestand nach MIS (PKW/Kombi)

Marke _____ Stck.

Marke _____ Stck.

Marke _____ Stck.

Marke _____ Stck.

2. Wettbewerber im Service-Marktbearbeitungsgebiet

2.1 Gleiche Marke _____ Name Autohaus

_____ ca. Anzahl
Hebebühnen
gesamt alle Marken-
wettbewerber

2.2 Andere Wettbewerber

A.T.U pit•stop _____

Euromaster Vergölst _____

Bosch Service _____ _____

2.3 Was sind Ihrer Meinung nach die Angebote der
Wettbewerber die für Kundenverluste verantwortlich sind?

(Bitte geben Sie den Wettbewerber an und das zugehörige Angebot)

_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____

Analyse Service-Marketing

3. Stammkundenstruktur

3.1 Anzahl Stammkundendateien

_____ Anzahl gespeicherte Kunden

3.2 Davon aktive Kunden

_____ Definition:

Kunden mit Umsatz innerhalb der letzten 18 Monate

3.2.1 Davon Kunden mit weniger als 100 € Umsatz p. a.

_____ Anzahl Kunden

3.2.2 Davon Kunden mit Fahrzeugen

ab EZ 0 bis 3 Jahre

_____ Anzahl Kunden

EZ 4 bis 7 Jahre

_____ Anzahl Kunden

EZ 8 Jahre bis alle Dateien

_____ Anzahl Kunden

4. Kundenaktivität

4.1 Kunden ohne Umsatz

0 bis 15 Monate

_____ Anzahl Kunden (Rückrechnung ab heute)

4.2 Kunden ohne Umsatz

16 bis 24 Monate

_____ Anzahl Kunden (Rückrechnung ab heute)

4.3 Kunden ohne Umsatz

25 Monate und länger

_____ Anzahl Kunden (Rückrechnung ab heute)

5. HU-Quote

Wie hoch ist die HU-Durchführung im Vergleich zu den Fälligkeiten?

_____ %

Analyse Service-Marketing

6. Kundenbindung

6.1 Rädereinlagerung

_____ Anzahl Sätze diese Saison

6.2 GW-Servicebetreuungsquote aus dem GW-Verkauf am Platz

_____ %

6.4 Kundenbindungsprogramme für GW-Kunden

6.5 Welche Kundenbindungsprogramme gibt es?

a) Bonussystem

Kundenkarte

b) Service-Wertscheckheft

p. a.

c) Sonstige

7. Service-Marketing

Service-Marketingplan vorhanden ja nein

8. Kundenkontakte

Mailing

Telefon-Marketing

Kundenzeitung

Aktionswerbung

Analyse Service-Marketing

9. Aktiver Service-Verkauf

Anzahl Dialogannahmen

_____ % aller Durchgänge

Wie hoch ist der Anteil der Werkstattdurchgänge mit vorheriger Terminabsprache?

ca. % _____ davon telefonisch? ca. % _____

Steht der Dialogannahmeplatz exklusiv für die Reparaturannahme zur Verfügung?

Wie hoch ist der Anteil der Dialog- bzw. Direktannahmen an den Gesamtdurchgängen?

Wie viele Liter Mitnahmeöl wurden in der Dialogannahme verkauft?

Im Vorjahr _____

Im laufenden Jahr _____

10. Neukunden gewinnen

Gibt es Aufzeichnungen, wie viele Neukunden monatlich gewonnen werden?

Wie viele Kunden werden über die Weiterempfehlung anderer Kunden gewonnen?

Welche Maßnahmen wurden und werden zur Neukundengewinnung im Service durchgeführt?

(Belege bzw. Muster beifügen)

Analyse Service-Marketing

11. Kundenbindung

Gibt es Kundenbindungsprogramme?

(Wenn vorhanden, bitte Muster in Kopie beifügen)

Wie viele Kunden lassen ihre Zweitbereifung im Autohaus lagern? Wie ist die Altersstruktur der betroffenen Fahrzeuge?

(Segment I, II, III)

Wie viele Kunden und Fahrzeuge mit einem Werkstattbesuch innerhalb der letzten 18 Monate befinden sich im Kundenstamm? Gibt es Aufzeichnungen über die Entwicklung?

Wie hoch ist die Anzahl der Werkstattdurchgänge nach Alterssegmenten?

Segment I _____ p. a.

Segment II _____ p. a.

Segment III _____ p. a.

12. Kunden-Fahrzeugdatenpflege

Werden bei den Kundenkontakten im Service die Stammdaten aktualisiert?

Stehen dem Service auch Daten aus dem NW/GW-Verkauf zur Verfügung?

(z. B. GW gekauft mit GW-Garantie – Beginn und Ende)

Welche Maßnahmen wurden und werden zur Neukundengewinnung im Service durchgeführt?

(Belege bzw. Muster beifügen)



Erwin Wagner
Marketingagentur
für die Automobilwirtschaft

Niedernhart 1 a / 94113 Tiefenbach/Passau

Telefon 0049 (0) 8546 975 81 50

Telefax 0049 (0) 8546 975 81 51

Mail info@mdw-wagner.de

Web www.mdw-wagner.de



Zur Anmeldung

Kostenloser Aftersales-Newsletter
von Erwin Wagner:

<https://www.mdw-wagner.de/newsletter.htm>