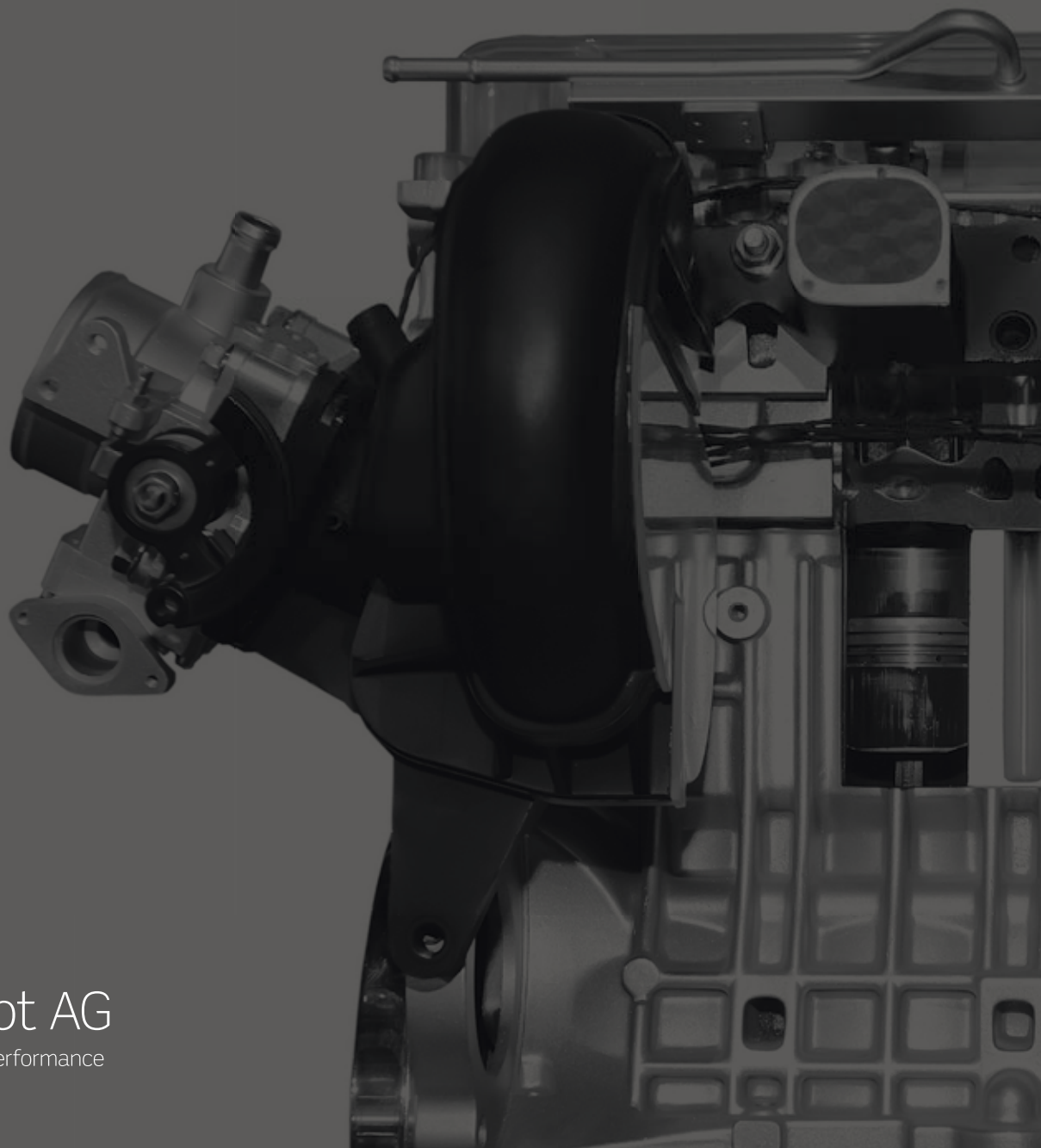


Partner-Relationship-Manager

Nutzen Sie Ihre Effizienzpotenziale
bei der Steuerung Ihres Händlernetzes.

Der professionelle Weg zum effektiven
und agilen Management von Außendienst-
abläufen/Händlernetzwerken im Bereich
Automotive.



Konzept AG

driving sales performance

Müssen Sie die Leistung Ihres Händlernetzes steigern und gleichzeitig Kosten senken?

In den stagnierenden westeuropäischen Automobilmärkten beherrscht der Verdrängungswettbewerb den Handel. Spitzenleistung der Händlernetzwerke gewinnt für den Markterfolg der Hersteller folglich noch stärker an Bedeutung. Doch obwohl Hersteller und Importeure großen Aufwand zur Entwicklung und Steuerung ihrer Vertriebspartner betreiben, werden vielfach die erwarteten Ergebnisse verfehlt.

Neue Ansätze zur Steuerung von Händlernetz und Außendienst notwendig.

Trotz Anstrengungen im Bereich Sales-Force-Automation in den 90ern und der zumeist endkundenorientierten CRM-Projekte der letzten Jahre fehlt den meisten Vertriebs- und Serviceorganisationen ein spezielles, auf die Belange der Automobilindustrie zugeschnittenes Außendienststeuerungs- bzw. Partner-Relationship-Management-System.

Die Potenziale moderner Informationstechnologie zur konsequenten, zielgerichteten Umsetzung der Vertriebsstrategie - eine wesentliche Voraussetzung für den Markterfolg von Herstellern und Importeuren - werden nur selten ausgeschöpft (siehe Grafik PainPoints). Studien wie die von Roland Berger Strategy Consultants¹ bestätigen dies und fordern neue Ansätze.

Eine speziell für den Bereich Automotive entwickelte Lösung.

Vor diesem Hintergrund hat die e.i.s. Konzept AG eine eigens für den Bereich Automotive konzipierte Software entwickelt, die den künftigen Anforderungen an die Steuerung und Entwicklung der Händlernetzwerke gerecht wird. Und zwar in Hinblick auf Transparenz, Geschwindigkeit und Effizienzsteigerungen. Im Mittelpunkt stehen dabei standardisierte und teilautomatisierte Prozesse für die Fachaußendienste von Vertrieb und Service, eine konsolidierte Sicht auf alle mit dem Händler vereinbarten Ziele und Maßnahmen (elektronische Händlerakte) sowie ein innovatives Kommunikationskonzept.

Unser Fokus:

- Reduktion nicht produktiver Tätigkeiten
- Nutzung eines speziellen Konzeptes zur Teamkommunikation für Außendienste
- Vereinheitlichung und Teilautomatisierung von Routineabläufen
- Zusammenführung aller relevanten Informationen und darauf basierende Entscheidungsfindung

Steigern Sie die Effizienz Ihres Außendienstes um bis zu 20 %.

Durch den Einsatz unserer Software Partner-Relationship-Manager (PRM), die sich bei namhaften Automobilherstellern wie beispielsweise dem Volkswagenkonzern, der Toyota Deutschland GmbH und PSA erfolgreich im Einsatz befindet, lassen sich Effizienzsteigerungen im Außendienst von bis zu 20 % erreichen. Hierzu wurden im Rahmen eines Forschungsprojektes² mit der Universität Münster und dem IPRI International Performance Research Institute gGmbH umfangreiche Nutzen- und ROI-Berechnungen angestellt, die Ihnen auf Anfrage zur Verfügung gestellt werden können.

¹ Roland Berger: Automotive Industry's Last Pot Of Gold, 2008.

² Erfolgte im Rahmen eines durch das BMBF geförderten Projektes.

Typische PainPoints der Akteure im Bereich Außendienst.

PainPoints des Außendienstmitarbeiters:

- Sichtung verteilter Daten (alte Besuchsberichte, Fakturen- und Bestandsdaten, Marktanteile, qualitative Daten, Werbung, Leads etc.)
- wenig Automatisierung zur Abwicklung von Tourenplanung, Besuchsvorbereitung, -durchführung und -nachbereitung
- viele telefonische Anfragen beim AD, da Informationen über den Händler nicht strukturiert ableg- und zentral einsehbar
- eine Vielzahl „manuell“ abzuwickelnder Außendienstaufgaben (Jobs)
- wenig strukturierter Informationsaustausch mit anderen Fachaußendiensten
- › zu wenig Zeit für die Händleranalyse und die Vermittlung von Methodenkompetenz

PainPoints des Händlers:

- aus Handelssicht teilweise nicht professionell genug vorbereitete Außendienstbesuche (bedeuten Zeitverlust)
- zu viele Abfragen bekannter Informationen
- wenig Vermittlung anwendbarer „Best Practices“
- untereinander nicht abgestimmte Fachaußendienste

Nutzen Sie Ihre Prozesspotenziale im Außendienst.

PainPoints der Verkaufs- bzw. Regionalleitung:

- große Qualitätsunterschiede bei der Vorbereitung und Durchführung der Händlerbesuche durch den AD
- hoher Aufwand für Teamkommunikation und administrative Tätigkeiten
- wenig Transparenz über Art und Umsetzungsstand der beim Händler eingeleiteten Maßnahmen
- aufwendige Steuerung und Erfolgskontrolle von POS-Aktionen
- verteilte Daten/keine professionellen Analysetools mit Zielerreichungsindikatoren für Netz und Händlerbetriebe
- Abwicklung vieler Prozesse per E-Mail und Excel (Hochrechnungen, Order-Listen etc.) bedeutet manuelle Datenkonsolidierung und mangelnde Nachhaltigkeit

PainPoints der Geschäftsleitung von OEM/Importeur:

- hoher Kostendruck auf die personalintensiven Fachaußendienste
- zu wenig Zeit der Fachaußendienste für nachhaltige Prozessoptimierungen im Handel
- unzureichende Datenlage - wenig konsolidierte, zentral zugängliche Informationen zu Händler und Händlerhistorie
- Effizienzverluste teurer Kampagnen/unzureichende Umsetzungstiefe und Geschwindigkeit am POS
- zu geringe Zielkonformität mit dem Handel
- wenig Nutzung von Synergiepotenzialen zwischen den Fachaußendiensten
- keine abgestimmten Auftritte der Fachaußendienste gegenüber dem Händler

Machen Sie Ihren Außendienst zum Motor für Ihr Händlernetz: der Partner-Relationship-Manager.

Gestalten Sie Händlerbesuche effektiver und sorgen Sie für eine hohe und einheitliche Betreuungsqualität aller Händler.

Verbessern Sie die Systematik bei der Vorbereitung und Durchführung von Händlerbesuchen durch die exakte inhaltliche Planung und Anmeldung eines jeden Händlerbesuchs. Unterstützen Sie Ihren Außendienst dazu mit Werkzeugen wie dem zentralen Themenkatalog sowie den Wiederholungsvorlage- und Einladungsassistenten.

Reduzieren Sie den Zeiteinsatz für nicht produktive Tätigkeiten.

Nutzen Sie Systemunterstützung zur Beschleunigung von Routineabläufen wie der Touren- und Terminplanung, der Abwicklung von Reportings oder Außendienst-Jobs; Folgeprozesse werden automatisch angestoßen und Eskalationsstufen überwacht.

Sorgen Sie für die exaktere und schnellere Ausführung von Vertriebs- bzw. Serviceaktionen.

Erleichtern Sie über PRM die Definition, Delegation und Abarbeitung von aktuell anstehenden Außendienstaufgaben (Jobs). Profitieren Sie u. a. davon, Umsetzungsgrad und Ergebnisse von Aufgaben in Echtzeit analysieren zu können.

Schaffen Sie durch die „Elektronische Partnerakte“ eine konsolidierte Sicht auf alles, was beim Partner „läuft“.

Gewinnen Sie fachbereichsübergreifend eine Sicht auf alles, was beim Partner geplant, vereinbart bzw. in Umsetzung ist (letzte Besuchsberichte, vereinbarte Maßnahmen, den Umsetzungsstand von Kampagnen und laufenden Projekten). Machen Sie diese Informationen allen Prozessbeteiligten zugänglich.

Machen Sie aus Ihren verschiedenen Fachaußendiensten ein Team.

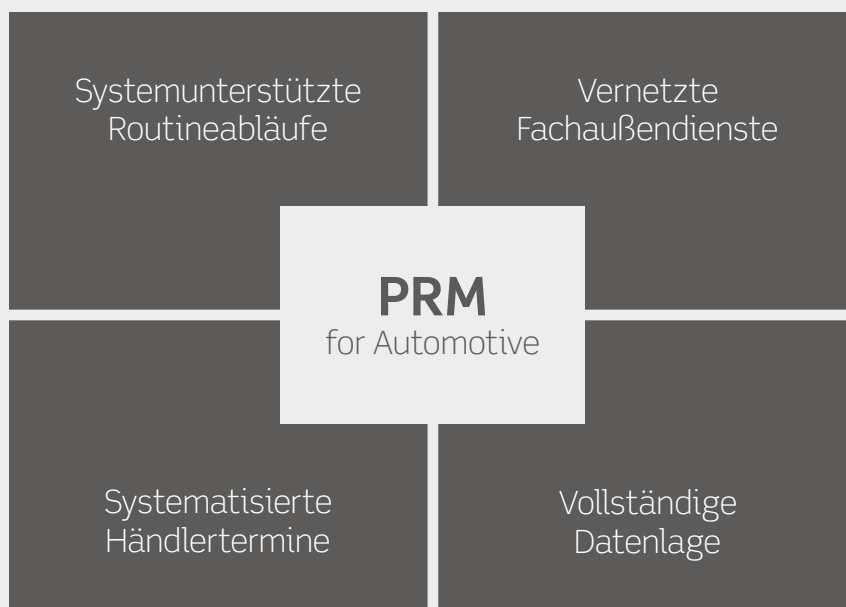
Verbessern Sie mit PRM die bereichsübergreifende Zusammenarbeit durch eine einheitliche Systemplattform für Vertrieb, Service, Aftersales etc. und ggf. externe Serviceprovider. Nutzen Sie dadurch vorhandene Synergiepotenziale und machen Sie Ihre Organisation schlagkräftiger.

Analysieren Sie alle relevanten KPIs zu Netz und Händlern zentral auf einer Oberfläche.

Bei Bedarf können Sie die Software um ein Analysemodul erweitern, das alle relevanten KPIs aus unterschiedlichen Expertensystemen zusammenführt (Fakturen, Bestände, Marktforschungs- und Kundenzufriedenheitsdaten etc.). Lassen Sie sich Zielerreichungen über Ampelsymbole anzeigen oder nutzen die Sie komfortable Drill-to-Detail-Analysefunktionalität.

Schaffen Sie Wettbewerbsvorteile durch moderne Portaltechnologie.

PRM basiert auf der führenden Plattform für Portalsoftware (IBM WebSphere) und gewährleistet durch eine hohe Standardkonformität Investitionssicherheit. Die intuitiv nutzbaren Oberflächen und Workflows sorgen für die nahtlose Vernetzung von Bereichsaufgaben und geringe Schulungsaufwände!



Ausschnitte der Anwendung PRM aus Sicht der Rolle Distriktleiter.

1 Analysefunktionalität Alle KPIs auf einen Blick verdichtet



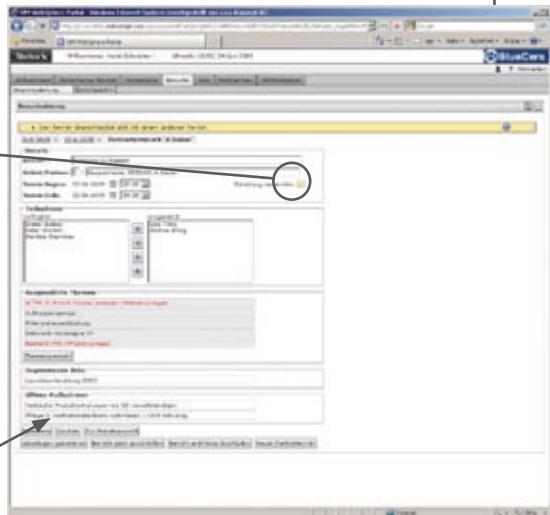
2 Organisation Synchronisiert automatisch mit MS Outlook/Lotus Notes



4 Inhaltliche Anmeldung Automatisch generierbare E-Mail inkl. aller geplanten Themen des Händlerbesuchs



3 Terminplanung Themenkataloge unterstützen den Distriktleiter; fällige Maßnahmen und zentral delegierte Jobs fließen automatisch in den Termin ein



5 Berichtserfassung On- und offline über editierbare PDF-Formulare; beim Speichern automatisches Auslesen der Daten durch das PRM-System - die Informationen werden so für andere Prozessbeteiligte sicht- und nutzbar



Die e.i.s. Konzept AG ist Spezialist für den Automotive-Bereich und verfügt diesbezüglich über tiefgehendes IT- und Prozess-Know-how. Insbesondere zu Sales- und Aftersales-Abläufen besitzt e.i.s. Lösungs- und Umsetzungscompetenz aus ca. 250 Kundenprojekten. Darüber hinaus verfügt das Unternehmen zu verschiedenen Kernprozessen über Best-Practice-Abläufe sowie über fertige Softwaremodule, die eine erfolgreiche Implementierung beim Kunden beschleunigen und Projektkosten senken.

Für unsere Kunden suchen wir kontinuierlich neue, innovative Lösungen und setzen dabei auf Forschungs Kooperationen mit führenden Instituten aus dem Bereich Automobilwirtschaft und Performance-Research. Ziel sind nachhaltige Verbesserungen hinsichtlich Marktausschöpfung, Qualität und Prozesskosten.

Zu unseren Kunden im Bereich Partner-Relationship-Management zählen:

PSA PEUGEOT CITROËN



e.i.s. ist konzernunabhängig und inhabergeführt.

e.i.s.

Elektronische Informations Systeme
Konzept AG

Brunnenweg 19
64331 Weiterstadt

Telefon 06150 1080-0
Fax 06150 1080-21
E-Mail kontakt@eiskonzept.com

www.eiskonzept.com

