

Der papierlose Räderwechsel

Räderwechseltage | Das Trio Thomas Desch, Ralf Schütte und Jörg Gudat von der Trast Digital GmbH haben den papierlosen Räderwechsel, sprich den digitalisierten Räderwechsel, praktisch umgesetzt.

Es gibt Werkstattleistungen, die bringen einem Unternehmen aus wirtschaftlicher Sicht überschaubare Ernte, sind aber für eine gute und vor allem beständige Kundenbeziehung wertvoll: Der halbjährliche Räderwechsel gehört zu dieser Spezies. „Der Wettbewerb um diesen Markt ist hart umkämpft und der Druck auf den erzielten Verrechnungssatz eines Räderwechsels enorm. Außerdem steigt bei jeder Reifensaison der Stresslevel. Die Räderwechseltage zählen wirklich nicht zu den beliebtesten im Jahr. Das lässt sich lösen“, so Thomas Desch, der in all seinen Leitungsfunktionen im Autohaus über 30 Jahre lang Autohaus-Prozesse optimiert hat.

Vorfreude auf die Saison

Los geht's auch hier mit der richtigen Planung und Organisation. Statt Räderwechseltermine neben allen anderen Werkstattleistungen anzubieten, ist es viel effizienter, feste Räderwechseltage oder -wochen anzubieten, an denen in der Werkstatt zu 80 Prozent nichts anderes passiert. Die restliche Kapazität von 20 Prozent ist für Notfälle oder andere wichtige Arbeiten reserviert. Desch sagt aus Erfahrung: „Die so organisierten und durchgeführten Räderwechseltage waren bei uns mit rund 200 Werkstattdurchläufen immer die Tage im Jahr, an denen alles geklappt hat.“

Kurzfassung

Räderwechseltage gehören für die Werkstätten nicht zu beliebtesten im Jahr, sorgen aber für Kundenbindung. Mit der richtigen Organisation und digitalen Prozessen lässt sich die Abwicklung deutlich effizienter gestalten.



Fotos: Prof. Hannes Bracht

Tablet statt Papier: ein Service-Berater mit digitaler Direktannahme.

„Damit am Ende alles klappt, ist eine frühzeitige Vorbereitung erforderlich“, erklärt Ralf Schütte, der jahrelang als Marketing-, Prozess- und CRM-Experte im Autohandel tätig war. Sind die Räderwechseltermine – im Idealfall schon mit der Jahresplanung – festgelegt, sollten diese frühzeitig an die Mitarbeiter wie an die Kunden kommuniziert werden. Hierbei sind unbedingt auch Reminder zu erstellen, die an die Räderwechseltage erinnern.

Auch der Kunde profitiert

Um Kunden die Anmeldung und dem Betrieb die Terminkoordination zu erleichtern, empfiehlt sich gerade beim Thema Räderwechsel eine Onlineterminbu-

chungsfunktion, die sich unkompliziert ins bestehende System und auf der Website integrieren lässt. Hierdurch haben nicht nur Kunden die Möglichkeit, ihre Termine online in Echtzeit und verbindlich zu buchen, sondern auch telefonisch vorgenommene Terminvereinbarungen können in dem System erfasst werden. „Durch diese digitale Zentrierung wird die gesamte Auftragsvorbereitung enorm vereinfacht“, erklärt Jörg Gudat. Eine Räderwechsel-Checkliste schafft außerdem die Möglichkeit, Reparaturpotenziale zu erkennen.

Wichtig in der Vorbereitungsphase: frühzeitig Kapazitäten bereitstellen und im Planungssystem blocken, feste Zuständigkeiten sowie Ablaufpläne und Arbeits-

prozesse definieren. Es hat sich als sinnvoll erwiesen, gewisse Aufgabenpakete zu schnüren. Definiert werden wollen auch Aktionsangebote, die das Autohaus dem Kunden zusammen mit der E-Mail-Einladung zum Räderwechsel unterbreitet und die man parallel auf der Webseite einbindet. Beispiel: Hinsichtlich der Fahrzeugaufbereitung bietet man Mitnahme-Öl zum Aktionspreis an. In der Winterreifensaison neue Wischerblätter, Eiskratzer und Ähnliches. Die notwendige Bildung von Orga-Teams, Werkstattteams und Serviceteams versteht sich hingegen fast schon von allein.

Die Räderwechseltage bedürfen vorab der Schulung. Den Mitarbeitern wird der genaue Ablaufplan vorgestellt, die einzelnen Prozessschritte werden eingeübt, wobei die Prozesse dabei noch mal auf Machbarkeit und Effizienz hin geprüft und gegebenenfalls angepasst werden. Wichtig ist auch, sich das Feedback der Mitarbeiter einzuholen – am Ende der Vorbereitung wie am Ende der Räderwechseltage, die wiederum Vorbereitung auf die nächste Saison sind.

Digitale Dialogannahme

Sind alle Vorbereitungen getroffen, wozu auch die Auslagerung der Kundenräder und deren Bereitstellung (chronologisch sortiert nach den Räderwechselterminen) zählen, können die Räderwechseltage kommen. Durch ein letztes, kurzes Power-Briefing werden die zuvor besprochenen Prozesse noch einmal vertieft, damit sie gut sitzen. Das für den Tag auf dem Gelände eingerichtete Wegeleitsystem ist

Trast Digital

Die Trast Digital GmbH wurde von Thomas Desch, Ralf Schütte und Jörg Gudat gegründet und hat ihren Sitz in Engen. Das Unternehmen hat sich auf digitale Prozesse und die papierlose Werkstatt spezialisiert.

Weitere Details unter:

Telefon: +49 7733 99 985 60, E-Mail: hallo@trast.de,
Website: www.trast.de

Orientierung für Kunde und Mitarbeiter. Der Kunde wird ohne Umweg bei der digitalen Dialogannahme empfangen. Diese ermöglicht eine komplett digitale Auftragsabwicklung – vom Unterschreiben des Auftrags über die Auftragsbestätigung bis hin zur Rechnungstellung und auf Wunsch Bezahlung, zum Beispiel online über www.bezahl.de. Statt zig Ausdrucke erhält der Kunde beim papierlosen Räderwechsel übersichtliche E-Mails.

Ralf Schütte, der bereits im elterlichen Betrieb alle grundlegenden Autohaus- und Werkstattprozesse kennengelernt hat, zeigt, was sich alles digitalisieren lässt: die Profiltiefenmessung via Scanner, das Erfassen der Reifendaten per Handheld, die Übertragung dieser Reifendaten direkt ins System, die digitale Räderwechsel-Checkliste oder die digitale Dokumentation des Räderwechsels. Nach dem digitalen Fahrzeug- und Rädercheck kann der Serviceberater im Reparaturfall mit dem Kunden sofort aus dem System heraus einen neuen Termin vereinbaren – mit Terminbestätigung per E-Mail und Terminerinnerung. Auch kann er nach dem Räderwechsel sofort einen neuen Termin für den nächs-

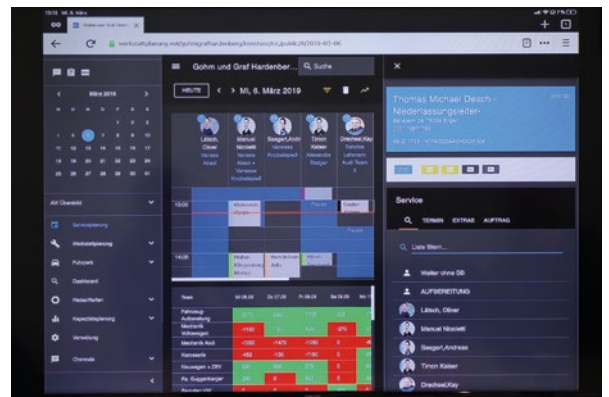
ten Wechsel vereinbaren. Was auf keinen Fall ausbleiben sollte: vom Kunden Feedback einzuholen – idealerweise über ein digitales Umfrageformular, dessen Link dazu man ihm per E-Mail zukommen lassen könnte. Feedback ist vor allem deshalb wichtig, weil es die nächsten Räderwechseltage noch besser für das Team macht.

Nach dem Räderwechsel

Um bestmöglichen Gewinn aus den digitalen Prozessketten zu ziehen, ist eine Nachbereitung der Räderwechselaktion unerlässlich. Dazu zählen die Auswertung der digitalen Checklisten, die Ermittlung der Kennzahlen hinsichtlich Durchgängen, Umsatz je Durchgang, Reparaturpotenzialen und Folgeaufträgen oder auch die Auswertung der Kundenfeedbacks. Da Digitalisierung nur mit dem Team gelingt, sollten die Kennzahlen auch an die Mitarbeiter kommuniziert werden. Fazit: Das Trio von Trast hat die praktische Umsetzung mehrfach in Autohäusern verschiedener Marken und verschiedener Größenordnungen realisiert. Sie ist auch in kleineren Autohäusern bezahlbar. Prof. Hannes Brachatz



Ein Profiltiefenmesser ist bei Räderwechseltagen ein praktischer Helfer, um den Kunden über den Reifenzustand aufzuklären.



Werkstätten sollten eine detaillierte Werkstattplanung für jeden Mechaniker inklusive der einzelnen Leistungsumfänge machen.