



26.02.2020

SIKA STRUKTURIERT KUNDENBETREUUNG NEU

„Die Spielregeln im Reparaturmarkt werden derzeit neu geschrieben“, stellt Jochen Gaukel, Vertriebs- und Bereichsleiter Sika Automotive Repair, fest und erklärt: „Die Digitalisierung und zahlreiche Übernahmen in der Automobil- und Reparaturbranche haben einen tiefgehenden Strukturwandel angestoßen.“ Die Betreuung – insbesondere großer – Schlüsselkunden werde damit noch wichtiger, aber auch komplexer und erfordere somit agilere Strategien gegenüber den Geschäftspartnern. „Der Ausbau unseres Key Account Managements (KAM) ermöglicht es uns, zum beiderseitigen Vorteil ein noch tieferes Verständnis für die Bedürfnisse, Prozesse und Ziele des Kunden zu gewinnen“, weiß der Experte.

KUNDENVERSTÄNDNIS WIRD NOCH WICHTIGER

„Ein fundiertes Wissen über den Kunden bildet die Grundlage für eine langfristig erfolgreiche Zusammenarbeit“, bestätigt Michael Vöing, Leitung Key Account Management im Automotive Repair Team des Kleb- und Dichtstoffherstellers. Er und sein fünfköpfiges KAM-Team agieren u.a. als Schnittstellen für Netzwerke, Gruppen und Franchise-Konzepte in Richtung Sika / Sia und stehen im ständigen Dialog mit Entscheidern und ausgewiesenen Spezialisten: „Dieser Austausch hilft uns dabei,

Potenziale beim Kunden zu erkennen und z.B. gemeinsam Verkaufsaktionen zu entwickeln. Anschließend steuern wir die überregionale Umsetzung dieser Maßnahmen.“

STANDARDISIERUNG VON ARBEITSPROZESSEN IM FOKUS

Neben der Vertriebsexpertise liegt der Fokus der KAM-Aktivitäten insbesondere auf den operativen Prozessen: „In der Lackierung oder beim Scheibentausch – man denke etwa an das Thema Assistenzsysteme-Kalibrierung – gibt es bedeutende technologische Umwälzungen. Angesichts des anhaltenden Fachkräftemangels stellt sich zudem die Frage, wie auch Quereinsteiger und ungelernte Arbeitskräfte die immer komplexeren Instandsetzungsprozesse in angemessener Zeit und Qualität umsetzen können“, erklärt Michael Vöing. Damit an allen Standorten der gleiche Wissensstand herrscht, koordiniert der Sika KAM daher auch die Betreuung von Schulungszentren und der dort vorgehaltenen Produkt-Technik. Reparaturbetriebe profitieren hier von den VIP Checks für Autoglas und -lack, die ebenfalls durch das KAM-Team organisiert werden.

GEMEINSAM MIT KUNDEN ZIELE ERREICHEN

„In der zunehmend von Prozess- und Kostenoptimierung getriebenen Reparaturbranche wird diese Vereinheitlichung von Arbeitsabläufen immer wichtiger“, stellt Jochen Gaukel klar und ergänzt: „Wir setzen uns intensiv mit den Themen auseinander, die Flotten, Versicherer, Schadensteuerer oder Werkstattssysteme bewegen, damit wir unsere Kunden bestmöglich beim Erreichen dieser Anforderungen unterstützen können. Unsere Auffassung eines modernen Key Account Managements ist daher eine Kombination aus Markt- bzw. Trendforschung und strategischer Partnerschaft, um sich zukunftsfähig aufzustellen und gemeinsam zu wachsen.“

Christoph Hendel