

nax“ integriertes Lager- und Logistikmodul, das eine Barcode-gestützte Lagerverwaltung, Touren- und Routenplanung, automatische Kommissionierung, Versandabwicklung, Einbindung von Fremdlager bzw. Räderhotels, Blocklager- und Regallagerorganisation sowie ein integriertes Distributions- und Transportmanagement bietet.

Darüber hinaus seien im Vertriebsbereich neben den Basisprozessen Angebotswesen und Auftragsverwaltung zusätzlich Funktionen wie beispielsweise Kfz-Ser-

vice, Felgenberatung, Bühnen- und Terminverwaltung ebenso enthalten wie die Abbildung der Verkaufspreisstrukturen, das Flottenmanagement oder eine Call-Center-Einbindung, um alle Marketingkonzepte effektiv unterstützen zu können. Das Thekengeschäft des Einzelhandels wird zudem durch eine direkte Kassenanbindung berücksichtigt. Der integrierte so genannte Mobilservice soll Außendienstmitarbeitern von unterwegs aus den Echtzeitzugriff auf die Warenwirtschaft ermöglichen. Der Mobilservice umfasse dabei alle praxisrelevanten Aspekte wie Pannenab-

wicklung, Terminverwaltung, mobile Datenerfassung von beispielsweise Arbeitszetteln oder Leistungsnachweisen, Ressourcenplanung für die Mobileinheiten, Montageanweisung, Lagerbestandsauskunft oder gar Kreditlimitprüfung.

Mittels einem integrierten CRM-Modul (CRM = Customer Relationship Management) mit Funktionen wie beispielsweise dem Fuhrparkmanagement, Umbereifungserinnerungen für Einlagerungskunden, fahrzeug- oder kundenspezifischer Angebotserstellung, einem Kampagnenmanagement, Potenzial- und Marktanalysen sowie einer Besuchs- und Außendienstplanung wird die Kundenpflege durch die „Greenax“-Lösung unterstützt, die auf allen gängigen Hardwareplattformen und Betriebssystemen einsetzbar sowie uneingeschränkt webfähig sein soll. „Durch die konsequente Trennung von technologischer Softwarearchitektur und Geschäftslogik bietet ‚Greenax‘ höchste Flexibilität und Anpassungsfähigkeit an die individuellen Unternehmensanforderungen. Die Releasefähigkeit gewährleistet einen hohen Investitionsschutz. Neue Versionen, Funktionen und Services können problemlos eingespielt werden, ohne die individuellen Einstellungen ändern zu müssen“, sagt der Anbieter.

Betriebssystemunabhängigkeit verspricht auch die Manus GmbH für ihr „manus Reifen“ genanntes Programm für den Reifenhandel. „Das System eignet sich dabei für den Groß- genauso wie für den Versand- und Einzelhandel“, sagt Vertriebsleiter Ralf Mangold. Von den insgesamt 25 Mitarbeitern des Dresdner Unternehmens, das darüber hinaus etwa auch Content-Management-Systeme oder eine webbasierte Projektverwaltung anzubieten hat, arbeitet allein etwa ein Viertel an der Reifenhandelssoftware. Als jüngste Neuerungen in der Reifenhandelssoftware präsentierte Manus in Essen beispielsweise spezifische Such- und Filterfunktionen (Hersteller, Profil usw.), universelle und individuelle Preiskalkulationen, einen Reifendatenpflegeservice für alle bekannten Marken, Tagesauswertungen und Statistiken, die Bestellmöglichkeit von Reifen über EDI-Adhoc-Schnittstellen oder Schnittstellen zu Kfz-Programmen (ATRIS, Coparts etc.). „Seit kurzem bieten wir



BMF präsentiert „Kfz Card“

Die BMF Gesellschaft für Computer und Kommunikationstechnologie mbH ist in der Branche bekannt für die von ihr angebotene Räderumrüstberatungssoftware „PROVIS“. Vor dem Hintergrund, dass aus den neuen, seit Oktober vergangenen Jahres ausgegebenen Fahrzeugpapieren nicht mehr auf den ersten Blick er-

kenntlich ist, welche Rad-Reifen-Kombinationen für das jeweilige Fahrzeug zulässig sind, hat sich das Aichacher Unternehmen aber so seine Gedanken gemacht und im Rahmen der REIFEN 2006 in Form der so genannten „Kfz Card“ einen Lösungsansatz für diese Problematik präsentiert. Auf einem kleinen Plastikkärtchen im Scheckkartenformat lassen sich in elektronischer Form je nach Kundenwunsch eine ganze Reihe von Informationen etwa zum Pkw (Kennzeichen, Hersteller, Typ, Motorisierung, Achslasten, Kfz-Identnummer, Hubraum, Baujahr, HU, AU etc.), Halter (Name, Adresse, Telefon, E-Mail, Geburtsdatum usw.) oder eben Umrüstdaten wie Räderhersteller, Radtyp, Größe, Einpresstiefe, Lochkreis, Reifenfreigaben, aktuelle Reifenmarke, Profil, Reifengröße und dergleichen mehr ablegen.

„Die Inhalte können Stück für Stück ganz nach Kundenanforderung erweitert werden“, erklärt Projektmanager Daniel Paeschke. Damit geht die „Kfz Card“ über ein reines Informationstool über die für ein Fahrzeug möglichen Bereifungen hinaus. „Vielmehr kann die Karte auch als Kundenbindungs- und Marketinginstrument eingesetzt werden, weil es dadurch beispielsweise möglich wird, Kunden auf einen bevorstehenden HU-/AU-Termin hinzuweisen“, sagt Paeschke. Auch ein händlerspezifisches Bonusprogramm sei mithilfe der Karte realisierbar, wobei BMF für interessierte Handelsorganisationen oder Händler eine Mindestabnahmemenge von 1.000 Stück pro Jahr festgelegt hat und sich die jährlichen Kosten pro Karte danach richten, ob die „Kfz Card“ mit oder ohne Bonussystem geordert wird. „Auf der Tuning World Bodensee haben wir vonseiten der Tuner jedenfalls bereits eine äußerst positive Resonanz auf die ‚Kfz Card‘ erlebt“, freut sich Paeschke.



„Auf der Tuning World Bodensee haben wir vonseiten der Tuner eine äußerst positive Resonanz auf die ‚Kfz Card‘ erlebt“, freut sich Projektmanager Daniel Paeschke

christian.marx@reifenpresse.de