



Produktbeschreibung

imotive VMP – „Vertrieb steuern – Kunden binden“

| | | |
|------------|--|-----------|
| 1 | IMOTIVE VMP – DIE VERTRIEBSMANAGEMENTLÖSUNG | 3 |
| 1.1 | WAS IST VMP? | 3 |
| 1.2 | WAS LEISTET VMP? | 4 |
| 1.2.1 | KUNDEN- UND PRODUKTSEGMENTIERUNG | 5 |
| 1.2.2 | DIFFERENZIERTER ZIELVEREINBARUNG | 5 |
| 1.2.3 | PROFESSIONELLE MARGENSTEUERUNG | 5 |
| 1.2.4 | FLEXIBLE PROVISIONIERUNG | 6 |
| 1.2.5 | CONTROLLING VON ZIELERREICHUNG, NACHLASSVERHALTEN UND ERTRAGSSITUATION | 6 |
| 1.2.6 | GESCHÄFTSKETTENANALYSE | 7 |
| 1.2.7 | CRM AKTIONEN | 7 |
| 1.3 | WIE PASST SICH VMP IN DIE VW/AUDI- WELT EIN? | 8 |
| 2 | MODULARE GESAMTARCHITEKTUR ÜBER ALLE SYSTEMEBENEN | 8 |
| 2.1 | ANWENDUNGSARCHITEKTUR NACH DEM KERN-SCHALE-MODELL | 8 |
| 2.2 | KOMPONENTENBASIERTE SOFTWAREARCHITEKTUR | 10 |
| 2.3 | INTEGRATIONSARCHITEKTUR | 11 |
| 2.4 | SYSTEMARCHITEKTUR | 12 |
| 2.5 | SICHERHEITSARCHITEKTUR | 13 |
| 2.6 | INTERNATIONALITÄT | 13 |
| 3 | VMP-APPLIKATIONSVERZEICHNIS | 13 |
| 4 | VMP-SCHNITTSTELLE | 14 |
| 5 | SYSTEMVORAUSSETZUNGEN | 14 |
| 6 | KONTAKT | 14 |

1 imotive VMP – die Vertriebsmanagementlösung

Die Vertriebspezialisten der imotive GmbH arbeiten seit 1996 eng mit Autohäusern zusammen. Dabei haben wir erkannt, dass die wichtigste Aufgabe im Handel – das ertragreiche Verkaufen – kaum durch Methoden und IT-Systeme unterstützt wird. Gemeinsam mit unseren Händlerpartnern wurde daher imotive VMP als Lösung entwickelt, die den Ertrag im Autohaus steigert. Neben innovativen Methoden zur Vertriebssteuerung ist mit imotive VMP ein modulares Softwarepaket für die vollständige IT-Unterstützung im **Vertriebs-Management-Prozess** des Automobilhandels entstanden.

1.1 Was ist VMP?

VMP verbindet die Basisprozesse für ein effektives Vertriebsmanagement:

„Vertrieb steuern – Kunden binden“

imotive VMP geht damit über die bisherige Leistung von herkömmlichen Dealer Management- und Finanzcontrolling- Systemen hinaus. Diese zeigen nur: „Was wurde in der Vergangenheit erreicht?“. Die wichtigsten Ertragstreiber im Autohaus werden nur undifferenziert oder überhaupt nicht betrachtet. VMP hingegen analysiert genau die Hintergründe: „Warum wurde dies erreicht?“. Hierbei werden Standzeiten, Nachlässe, Inzahlungnahmen etc. tagesgenau auswertbar. VMP gibt der Geschäftsführung die Mittel in Form von Margensteuerung und Provisionen an die Hand, sofort auf die Ergebnisse zu reagieren. Die Erträge des Autohauses werden so proaktiv gesteuert.

Da VMP in der Praxis entwickelt wurde, ist sichergestellt, dass die Einführung im Autohaus ohne weiteres möglich ist. Alle Vertriebsverantwortlichen: Geschäftsführer, Verkaufsleiter, Verkäufer und Disponent, profitieren von VMP. Jeder sieht, wie er seinen Beitrag zum Ertrag des Autohauses erbringen kann und nimmt am Erfolg durch leistungsgerechte Provisionierung teil. Es gibt kaum Widerstände, da die Ziele aller Beteiligten zum Wohl des Kunden im Einklang sind. VMP verbindet erstmalig moderne Verkaufsmotivation mit einem einfach zu bedienenden und flexibel anpassbaren DV-System. Durch den Einsatz von VMP erfolgt ein Umdenken:

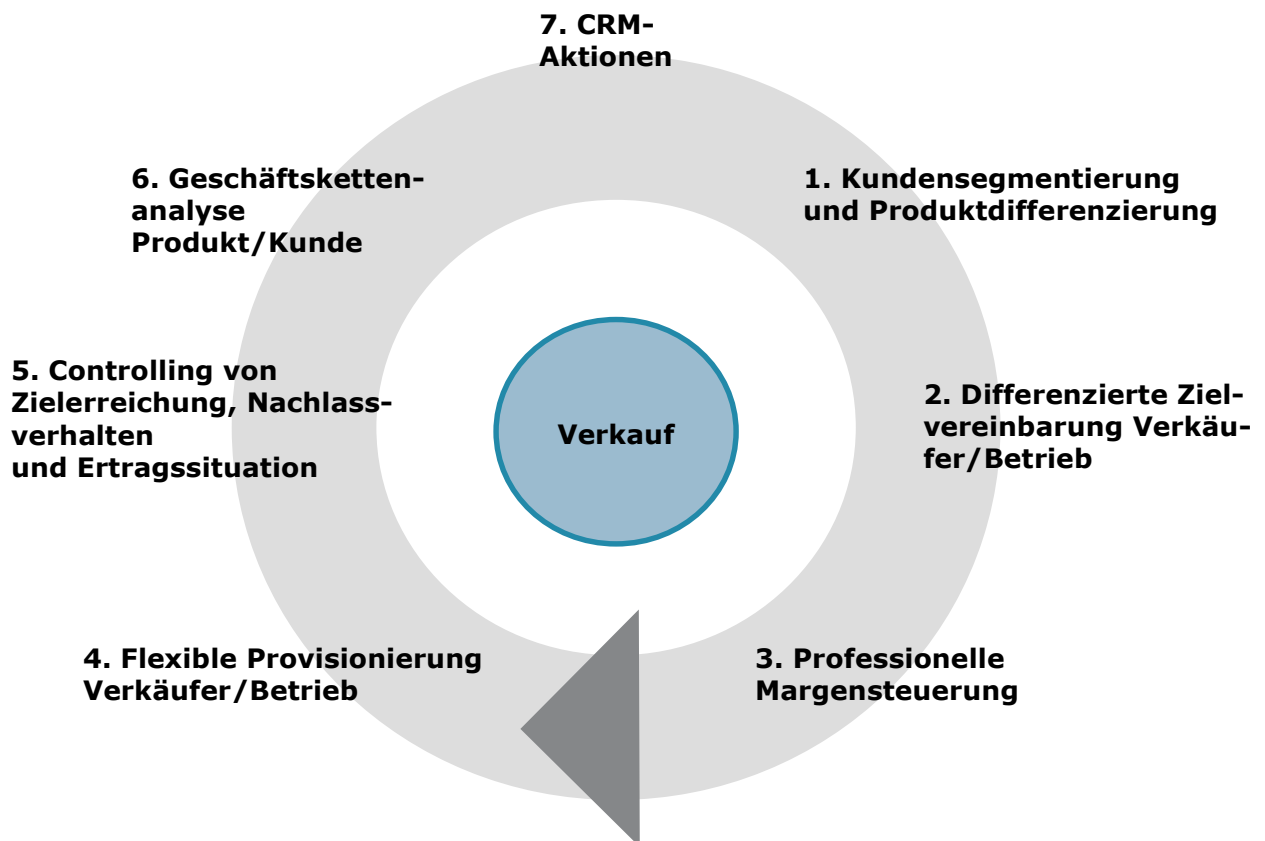
„Der Vertriebsmitarbeiter wird zum Unternehmer im Unternehmen.“

Die in dieser Produktbeschreibung vorgestellte Lösung für den VW/Audi-Händler wurde in einer 2,5-jährigen Entwicklungszeit im Audi-Zentrum-Ingolstadt entwickelt. Wir danken an dieser Stelle allen AZI-Mitarbeitern, die in langen Gesprächen mitgeholfen haben, Ihr Wissen und Ihre Ideen über den Autohandel in VMP einzuarbeiten.

1.2 Was leistet VMP?

VMP verbindet optimale Vertriebs-Management-Methoden zur Ertragssteigerung mit einem leicht bedienbaren IT-System, das sich in die bestehenden Systeme integrieren und kostengünstig betreiben lässt.

Die Funktionsmodule von VMP lassen sich frei in die Arbeitsabläufe des jeweiligen Autohauses eingliedern. Durch ein detailliertes Rollen- und Rechtesystem können jedem Mitarbeiter genau die Informationen und Methoden zur Verfügung gestellt werden, die er für seine Aufgaben braucht. Alle VMP Module zusammen genommen unterstützen den Vertrieb von der Steuerung über die Kundengewinnung bis zur Kundenbindung. Wir sehen sie daher als einen Kreislauf:



1.2.1 Kunden- und Produktsegmentierung

Eine erfolgreiche Planung im Autohaus kann nur erfolgen, wenn man Kunden und verkaufte Produkte genau erfassen und anschließend analysieren kann. VMP bietet daher:

- Differenzierte Erfassung und Auswertung nach Kundensegmenten (z. B. Einzelabnehmer, Großabnehmer etc.).
- Differenzierte Erfassung und Auswertung nach einzelnen Produkt- und Dienstleistungskomponenten für das Gesamtangebot Mobilität: Lagerfahrzeuge, Vorführfahrzeuge, Euromobile, Gebrauchtfahrzeuge, Dienstfahrzeuge, Leasing, Finanzierung, Versicherung, etc..
- Die Erfassung und Auswertung weiterer markt- u. produktrelevanter Kriterien ist möglich, da das Autohaus frei nach seinen Geschäftserfordernissen Kundensegmente und Produkte definieren kann.

1.2.2 Differenzierte Zielvereinbarung

Eine genaue Planung von Margen und Absatzzielen ergibt klare detaillierte Vorgaben für den Vertrieb. VMP ermöglicht es, diese auf den einzelnen Verkäufer aber auch auf ein Verkaufsteam herunterzubrechen:

- Flexible Vereinbarung von Zielen nach marktrelevanten Kriterien (Kundensegmente, Produkte etc.)
- Berücksichtigung wichtiger Zielqualitäten wie Eroberungs- u. Inzahlungnahmequote
- Frei gestaltbare zeitliche Zielsteuerung auf unterschiedlichen Ebenen (z. B. Einführungsaktion für neues Modell)

Jedem Verkäufer ist anhand dieser Ziele klar, was er und warum er dies erreichen muss.

1.2.3 Professionelle Margensteuerung

Die mit dem Hersteller festgelegten Margen bilden die Basis für die Erträge des Autohauses, daher sind sie die zentrale Größe für die Steuerung des Geschäfts. VMP bietet hier alle notwendigen Funktionen zur Steuerung der Margen und zur Abrechnung mit dem Hersteller:

- Vergabe verschiedener Margen pro Kundensegment und Leistungskomponente
- Kontrolle, ob alle Margen vollständig vorhanden sind
- Nachkalkulation von Margen, die z. B. erst am Jahresende feststehen

- Analyse von Margenszenarien zur Prognose des Ertrages

1.2.4 Flexible Provisionierung

Das Ziel „Ertragssteigerung“ lässt sich nur erreichen, wenn es, wie bei VMP erstmalig simuliert, eine Durchgängigkeit der Verkäufersteuerung von der Marge bis zur Provision gibt und alle Aspekte des Verkaufs mit einbezogen werden:

- Provisionierung des Gesamtangebots Mobilität
- Flexible Anreize je nach Marktsituation (Provisionierung nach Standtagen, Mindestprovisionen)
- Schaffung von Verkaufsanreizen bei Sonderaktionen
- Detaillierte und individuell anpassbare Provisionierung
- Nach- und Rückzahlung falls sich Geschäfte nach erfolgter Provisionierung noch mal verändern insb. Rückzahlung bei Stornierungen
- Provisionsteilung zwischen mehreren beteiligten Verkäufern

Trotz dieser Vielfalt wird die Provisionsabrechnung mit VMP nicht komplex oder intransparent sondern das Gegenteil tritt ein. Wenn die Provisionen festgelegt sind, erfolgt die Berechnung automatisch und sofort. Jeder Vertriebsmitarbeiter kann sein Provisionskonto jederzeit einsehen und feststellen: „Welche Provision habe ich wofür bekommen?“. Dies schafft das Vertrauen in die Provisionsberechnung. Motivationszerstörende Streite zwischen Verkäufern und der Verkaufsleitung werden so vermieden. Auch sieht der Mitarbeiter an seiner Provision, wie es um das Autohaus steht. Er erkennt sofort, was er tun muss, um seinen Ertrag und damit den des Autohauses zu steigern.

1.2.5 Controlling von Zielerreichung, Nachlassverhalten und Ertragssituation

„You get what you measure“

Daher ist Controlling bei VMP ein zentrales Hilfsmittel für Verkaufsleitung und Geschäftsführung. Bei VMP wird dabei ein Controlling aus unterschiedlichen Sichten ermöglicht:

- Kundenbezogenes Controlling
- Händler/Verkäuferbezogenes Controlling
- Modellbezogenes Controlling
- Mit Hilfe von flexiblen Auswertungen

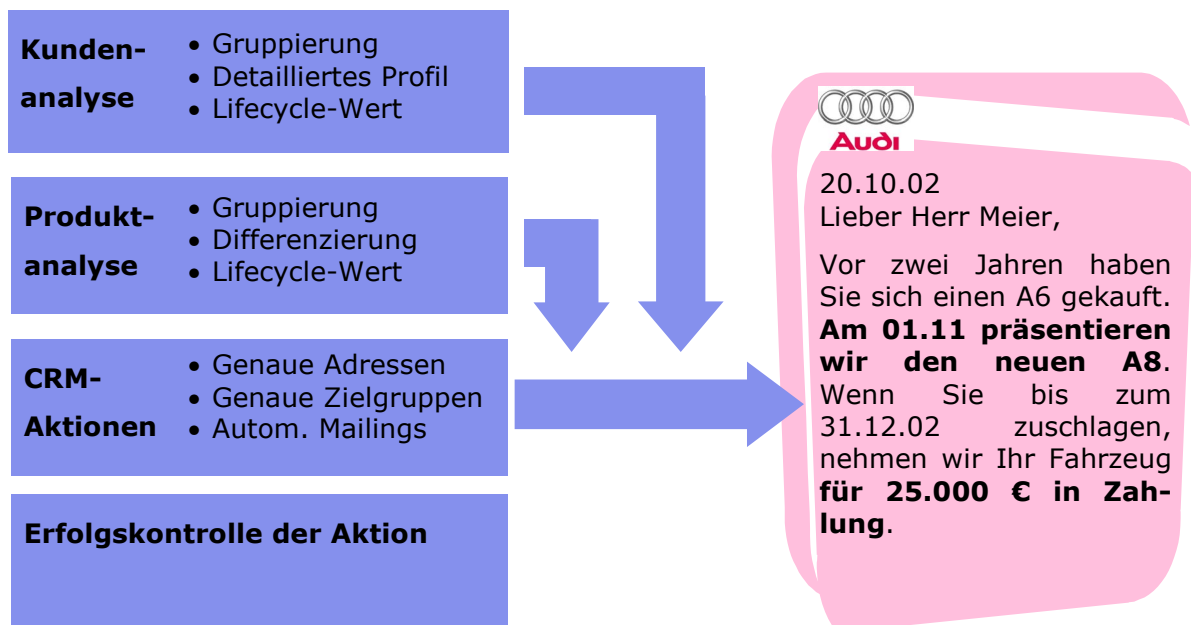
- Die Erstellung einer KER (kurzfristigen Erfolgsrechnung) wird von VMP ebenfalls unterstützt. Alle KER-relevanten Daten können jederzeit aus VMP in Form eines frei definierbaren Berichtes als Excel Datei zusammengestellt werden. Die Erstellung der KER ist somit schnell und detailliert möglich.

1.2.6 Geschäftskettenanalyse

Nicht mehr der einzelne Verkauf steht im Mittelpunkt sondern alle Geschäfte, die mit einem Kunden gemacht wurden (z. B. NW-Verkauf und GW-Inzahlungnahme) oder die ein Fahrzeug (z. B. Leasing, GW-Ankauf, GW-Verkauf) durchlebt hat. Erst durch diese Betrachtung wird klar, welcher Ertrag mit Geschäften gemacht wird. Nur durch die richtige Betrachtung der Geschäfte kann eine geeignete Provisionierung erfolgen und die richtigen Verkaufs- und Kaufsentscheidungen getroffen werden.

1.2.7 CRM Aktionen

VMP ermöglicht ein gezieltes CRM, in dem alle Analysemodule genutzt und mit einfach zu bedienenden CRM Tools verbunden werden:



1.3 Wie passt sich VMP in die VW/Audi- Welt ein?

VMP ist exakt für den Bedarf eines VW/Audi-Händlers entwickelt worden. Eine Installation bei VW/Audi-Händler ist daher ohne Programmieraufwand möglich. Die Anpassungen an die Anforderungen des einzelnen Betriebs werden durch Customizing von VMP umgesetzt. Die imotive GmbH übernimmt neben der Installation, dem Customizing, der Auswahl und Einrichtung der optimalen Vertriebsmethoden auch die Schulung der Mitarbeiter des Autohauses. Das Autohaus bekommt damit eine Lösung aus einer Hand.

VMP übernimmt Daten aus VAUDIS und vermeidet somit die Doppelteingabe. VMP wird in Zukunft eng mit EVA zusammenarbeiten, um das Vertriebsmanagement bis hinunter zur operativen Steuerung des Verkäufers durchgängig zu halten.

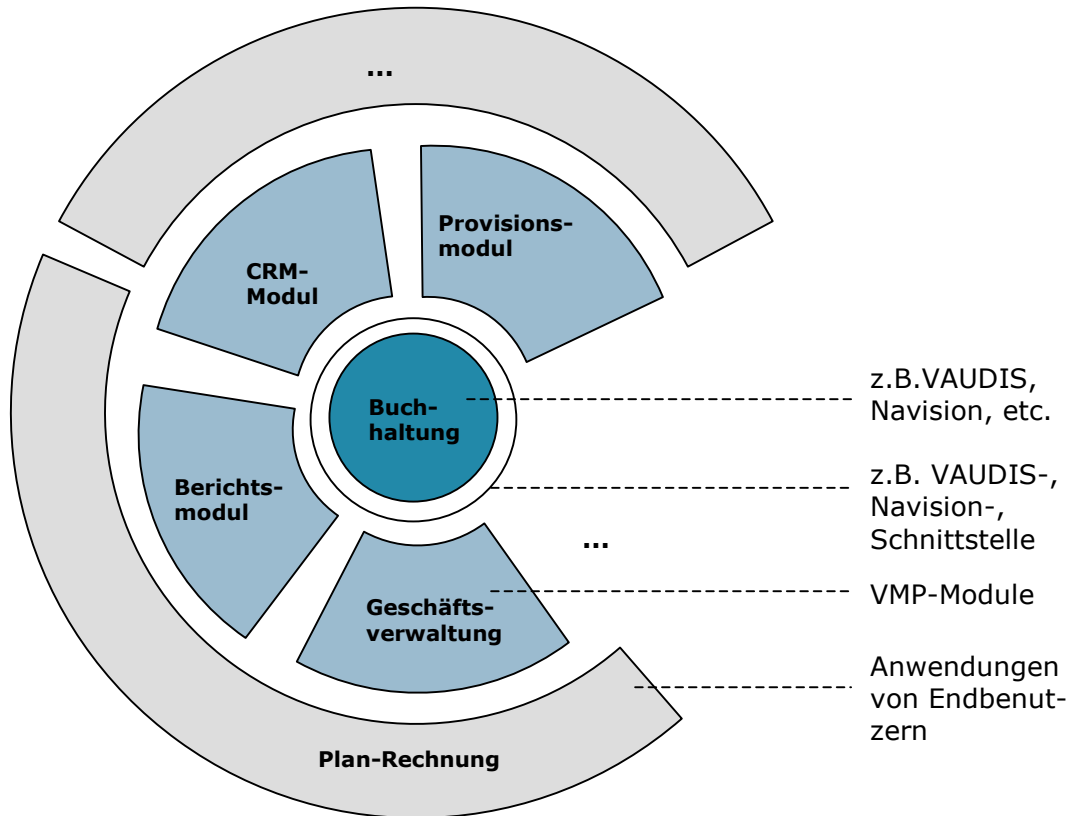
VMP erlaubt die gleichzeitige Steuerung des Vertriebs mehrerer Marken. Ein Unternehmen mit mehreren Standorten kann durch ein individuell gestaltbares Berichtswesen auf Basis von VMP ein zentrales Vertriebsmanagement aufbauen. Ein internationaler Einsatz von VMP ist durch Multi-Language-, Multi-Tax- und Mult-Currency-Fähigkeit gegeben.

Eine wichtige Eigenschaft die das Autohaus durch VMP erwirbt, ist die kontinuierliche Verbesserung durch Austausch von Best-Practice mit anderen Autohäusern. Zwischen Betrieben und Autohäusern lässt sich Know-How in Form von Provisionssystemen, Controlling-Berichten, Segmentierungsmethoden transferieren. Dies kann durch einfachen Austausch elektronischer Dokumente geschehen.

2 Modulare Gesamtarchitektur über alle Systemebenen

2.1 Anwendungsarchitektur nach dem Kern-Schale-Modell

Um der Dynamik im Vertrieb Rechnung zu tragen, wurde bei VMP eine Anwendungsarchitektur gewählt, die eine schnelle und flexible Anpassung der Anwendungspakete und deren Integration in vorhandene Daten und Systeme gewährleistet. Daher wurde VMP nach dem sogenannten Kern-Schale-Modell konzipiert.



Den Kern bilden Systeme, deren fachliche Anforderungen längerfristig stabil bleiben und somit weitgehend standardisiert werden können. Dabei handelt es sich um Anwendungen des Rechnungswesens von der Fakturierung bis zur Buchhaltung. Diese Anwendungen liefern das mengen- und zum Teil auch wertmäßige Grundgerüst für VMP. Da es in diesem Bereich schon seit Jahren etablierte Anwendungen gibt (VAUDIS) setzt VMP über Schnittstellen auf diesen Systemen auf, wobei die Kernanwendungen wegen der Stabilität der Schnittstellenanforderungen (zur Schnittstellenbeschreibung siehe 3) jederzeit durch andere etablierte Softwareprodukte wie z.B. von SAP, Navision, etc. ersetzt werden können.

Um diese Kernkomponenten gruppieren sich die VMP-Softwaremodule zur Vertriebssteuerung und Kundenbindung. Auf diese Weise kann die Informationsqualität und die Transparenz des Vertriebsprozesses entscheidend verbessert werden ohne in die Kernkomponente Buchhaltung einzugreifen. Über einmal festgelegte Standards werden in VMP automatisch wichtige ertrags-, kunden- und marktrelevante Größen ergänzt, wodurch die Daten- und Wissensbasis für ein effektives und verkaufsmotivierendes Vertriebsmanagement geschaffen wird. Auf dieser Datenbasis lassen sich mit VMP zum einen komplexe operative Transaktionen wie die Provisionierung durchführen und für das Buchhaltungs-

system, mit dem solche Transaktionen nicht möglich wären, wieder bereitstellen. Zum anderen bietet VMP alle für das Vertriebsmanagement relevanten Funktionen.

Zusätzlich bedient VMP über eine Standardschnittstelle weitere Anwendungen von Endbenutzern oder externen Beratern wie Steuerberatern oder Wirtschaftsprüfer. Vor allem bei den Anwendungsbereichen der Plan- und kurzfristigen Erfolgsrechnung präferieren die meisten Autohäuser und deren Steuerberater eigene Berichtsformate. Hierzu kann Microsoft Excel® in Form freigestaltbarer Berichte aus den operativen Systemen befüllt werden. Entscheidender Vorteil ist hier wiederum die hohe Qualität der Datenbasis von VMP, die laufend validiert und flexibel erweitert werden kann.

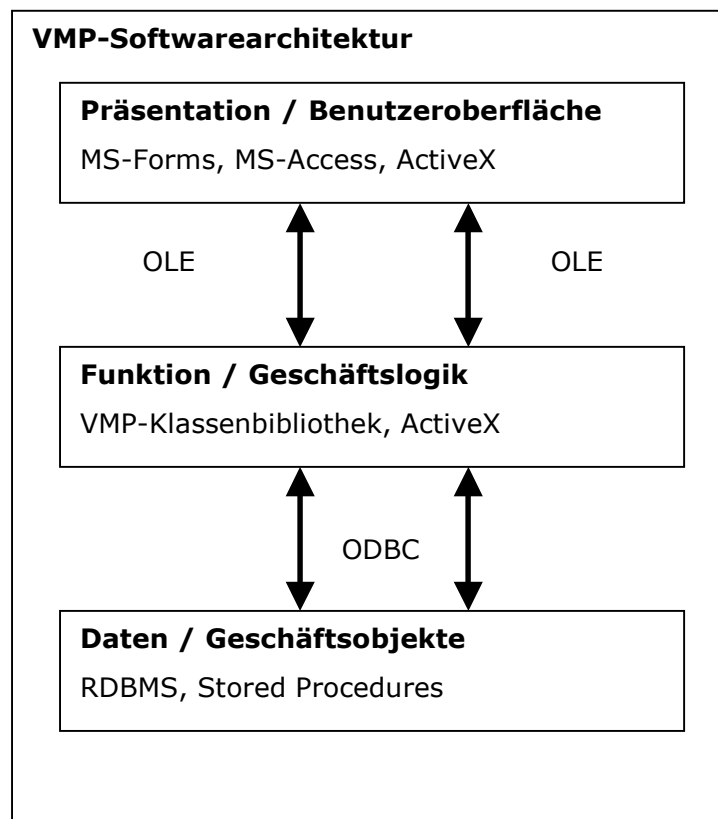
2.2 Komponentenbasierte Softwarearchitektur

Die Softwarearchitektur von VMP basiert mit Microsoft Visual Basic® für Applikationen (VBA) auf einer bewährten Technologie, mit der die Features und Funktionen von Microsoft Access® in extrem anpassbare COM-Objekte (Component Object Model) umgewandelt werden. Da VBA direkt in die Office-Anwendung integriert wird, bietet es die Vorteile der schnellen, prozessinternen und engen Zusammenarbeit mit der gesamten Office-Familie. So lässt sich z.B. wie oben schon erwähnt Microsoft Excel® von VMP aus reibungslos über den gängigen objektbasierten Standard Object Linking and Embedding (OLE) befüllen und automatisieren. Ebenso ist in VMP die Serienbriefunktionalität von Microsoft Word® und die Mail- und Groupware-Funktionalität von Microsoft Outlook® integriert.

COM zielt auf die Bildung sprachunabhängiger, wiederverwendbarer und versionierbarer Softwarekomponenten ab. Das Klassenmodell von VMP besteht aus zahlreichen eigenerstellten COM-Klassen sowie aus am Markt erprobten COM-Objekten, sogenannten ActiveX®-Steuerelementen. Diese Grundlage ermöglicht VMP eine reibungslose Weiterentwicklung in folgenden Versionen. VBA fungiert dabei als „Klebstoff“, um aus einzelnen Komponenten die Vertriebsmanagementlösung VMP zu bilden, mit denen die Endbenutzer im Autohaus arbeiten, da sie vertraute Anwendungen nutzen. Der Einsatz von VMP bedeutet somit einen geringen Schulungsbedarf seitens der Anwender bei maximaler Anpassung an die Unternehmensanforderungen. Für die Geschäftsführung bedeutet Anpassung, dass VMP rasch eingeführt und einfach installiert werden kann und mit einem minimalen Wartungsaufwand verbunden ist. VMP führt damit zu einem enormen Geschäftsvorteil hinsichtlich des Investitionsertrags (Return of Investment – ROI) und kürzerer Vorlaufzeiten.

Einen wesentlichen Beitrag zur enormen Flexibilität von VMP liefert das zugrundeliegende relationale Datenmodell, das durch sogenannte Stored Procedures zu einem objekt-relationalen Datenmodell erweitert wurde. Der Zugriff auf die einzelnen Daten und Geschäftsobjekte erfolgt dabei über den Datenbank-Standard Open Database Connectivity (ODBC). In diesem Modell können z.B. komplexe Provisionsbedingungen oder Kennzahlen jeder Art direkt in den einzelnen Geschäftsobjekten definiert werden, ohne aufwendige programmtechnische Änderungen vorzunehmen. Die gesamte Geschäftslogik ist bei VMP über die gewohnte Benutzeroberfläche von Microsoft®-Forms konfigurierbar.

Insgesamt ist VMP nach der 3-Schicht-Architektur konzipiert:

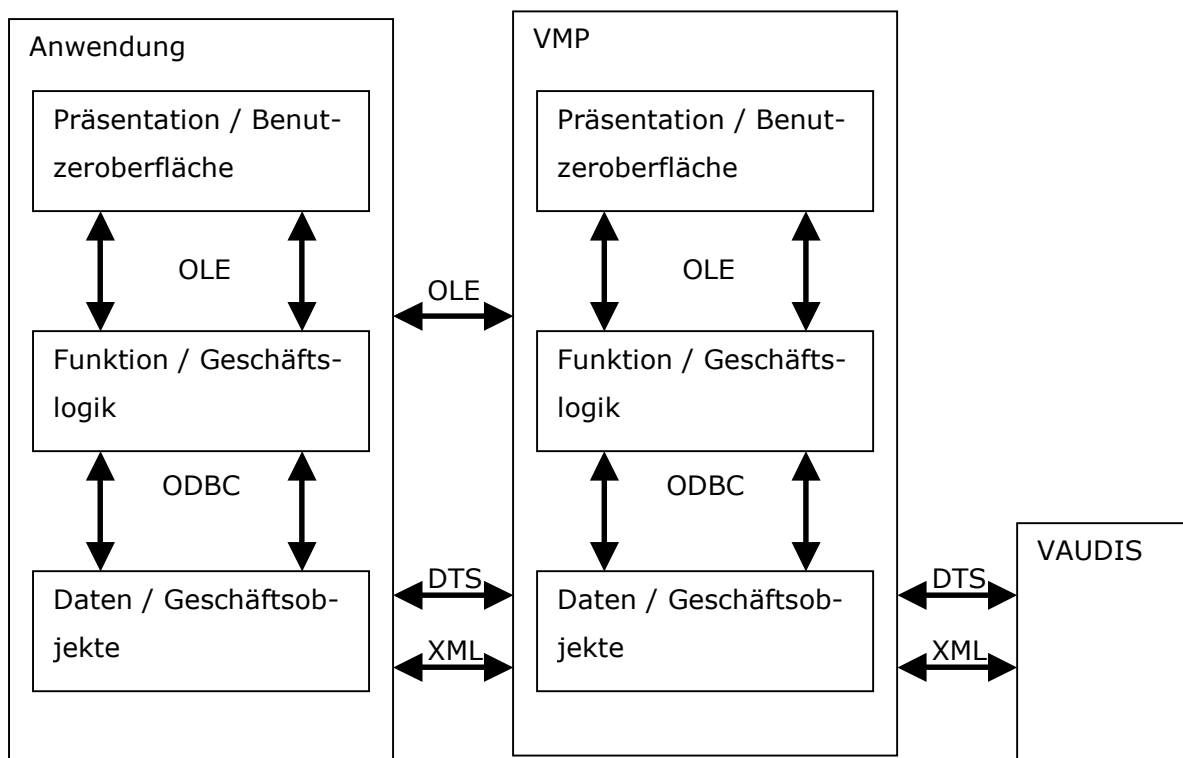


Diese Architektur kann durch die konsequente Integration von Internet-Technologien in die Microsoft Office® Produkte jederzeit zu einer n-Schicht-Architektur erweitert werden.

2.3 Integrationsarchitektur

Die Integration von VMP mit den Produkten der Office-Familie oder anderen windowsbasierten Programmen ist, wie in 2.2 bereits beschrieben über OLE möglich. Darüberhinaus

verwendet VMP die Data Transformation Services (DTS), um Daten zwischen VMP und anderen nicht windowsbasierten Systemen, wie z.B. VAUDIS, aber auch zwischen einzelnen VMP-Systemen auszutauschen. Durch die Verwendung von DTS bietet VMP neben allen gängigen Formaten wie z.B. ASCII vor allem durchgehende XML-Unterstützung. XML (Extensible Markup Language) ist nicht nur die Standardtechnologie für den Datenaustausch im Web; XML dient auch als bevorzugte Technologie für den Datenaustausch zwischen Geschäfts-Software-Anwendungen. VMP stellt leistungsfähige, intuitive Methoden für das Freigeben von XML-Daten bereit, unabhängig von Unterschieden in Plattform, Datenformat, Protokoll, Schema oder Geschäftsregeln. Anwender können die vertraute Benutzeroberfläche von Access verwenden und problemlos XML-Daten oder Schemadokumente aus ISAM- oder SQL Server-Strukturen und -Daten erstellen. Außerdem können XML-Daten aus anderen Anwendungen in VMP verwendet werden.



2.4 Systemarchitektur

Innerhalb eines LAN unterstützt VMP ein eigenes Client-Server-Konzept. Der VMP-Client mit allen konfigurierten Modulen wird über das VMP-Setup-Programm auf den Desktop-Rechnern installiert. Auf diesen befindet sich die Präsentationsschicht und Teile der Geschäftslogik. Diese greifen via ODBC auf Daten und Geschäftsobjekte auf dem SQL-Datenbankserver zu. Als Datenbankserver wird der Microsoft SQL Server® Version 7.0

oder höher empfohlen. Es wird von diesem Datenbank-Server DTS durchgängig unterstützt. Zum anderen gewann der Microsoft SQL Server® sämtliche Leistungs-Benchmarks gegenüber Konkurrenzprodukten in den letzten Jahren. Ein weiterer Vorteil sind die relativ einfach zu bedienenden OLAP-Services, die für VMP nutzbar gemacht werden können. Prinzipiell sind jedoch sämtliche SQL-Datenbankserver denkbar, die ODBC unterstützen (u.a. ORACLE, Informix, Sybase).

Die Kommunikation zwischen Client und Server erfolgt über Named Pipes oder TCP/IP. Um auch unstrukturierte Daten ablegen zu können, bedient VMP File-Server jeglicher Ausgestaltung. Über ein in VMP integriertes Dokumentenmanagement-System wird die Dateistruktur für den Benutzer transparent gehalten. Entsprechend der Geschäftslogik können Dokumente zu unterschiedlichen Geschäftsobjekten wie z.B. Kunden, Verkäufern oder Geschäften abgelegt werden.

2.5 Sicherheitsarchitektur

VMP benützt für Daten- und Dateizugriffe die integrierte Sicherheit der Microsoft® Betriebssystem-Familie. Für den geschützten Zugriff auf Geschäftsobjekte, einzelne Menüpunkte und Benutzeroberflächen hält VMP ein eigenes Benutzer- und Berechtigungskonzept vor, das bis auf Datenfeld-Ebene steuern kann, welche Benutzergruppe welche Berechtigung erhält.

2.6 Internationalität

VMP ist ein Multi-Currency-System. Die benötigten Währungen können mit den entsprechenden Austauschraten in VMP gepflegt und bei monetären Größen ausgewählt werden. Hierbei ist es sogar möglich, innerhalb eines Geschäftes einzelne Preise, Kosten, Mehrungen oder Minderungen in unterschiedlicher Währung einzupflegen. Die Handelskalkulation oder die Ausgabe auf Berichten bezieht sich dann wieder auf die eingestellte Standardwährung, wobei Kalkulationen und Berichte jederzeit in anderen Währungen angezeigt werden können.

Analog können in VMP unterschiedliche Besteuerungsarten festgelegt und den Geschäften zugeordnet werden. Bei der Mehrsprachigkeit greift VMP wieder auf die international weltweit vorhandenen Sprachversionen von Microsoft Access® zurück. Bezeichnungen auf den Benutzeroberflächen von VMP können über das Objekt „Languages“ konfiguriert werden.

3 VMP-Applikationsverzeichnis

Siehe Dokument VMP-Applikationsverzeichnis

4 VMP-Schnittstelle

Siehe Dokument VMP-Schnittstelle

5 Systemvoraussetzungen

Client:

Betriebssystem Microsoft Windows® 98, Microsoft Windows® NT Version 4.0 Service Pack 6a, Microsoft Windows® 2000, Microsoft Windows® XP. Microsoft Internet Explorer ab Version 5. 128 MB Arbeitsspeicher (RAM), empfohlen 256 MB. CD-ROM Laufwerk 8-fach oder höher. Microsoft Mouse oder kompatibles Zeigegerät.

Server:

Betriebssystem Microsoft Windows® NT Server Version 4.0 Service Pack 6a, Microsoft Windows® 2000 Server. 256 MB Arbeitsspeicher (RAM), empfohlen 512 MB. CD-ROM Laufwerk 8-fach oder höher. Microsoft Mouse oder kompatibles Zeigegerät.

Datenbank Microsoft SQL Server Version 7.0 Service Pack 3 oder höher. Skriptsprache Microsoft Active Server Pages für generierte Umfragen, etc..

6 Kontakt

imotive GmbH

Elsässer Strasse 19
D-81667 München

Telefon +49 (89) 48 95 33 01
Telefax +49 (89) 48 95 33 02

Ansprechpartner VMP

Martin Kufer
mkufer@imotive.de

Alfred Kufer
akufer@imotive.de