

Laut Georg Wallus, Geschäftsführer Operatives Geschäft der Egon von Ruville GmbH in Hamburg, „bedeutet Service nichts anderes als Dienstleistung.“ Auf den Begriff gebracht „stecken dahinter zwei Dinge: einen Dienst und eine Leistung erbringen. Beides muss sehr präzise auf den jeweiligen Kunden gerichtet sein. Und genau das machen wir bei Ruville – tagtäglich und weltweit“.

Regionale Marktforschung als Hilfsmittel

In dem Sinn hat das Unternehmen, wie Rainer Weis, Verkaufsleiter in der D-A-CH Region, un-

Ruville trägt nicht nur durch die „Erfindung“ von – immer neuen – Reparaturkits wesentlich zur Erleichterung der Arbeit in der Kfz-Reparatur bei. Ein umfassendes Dienstleistungspaket hilft darüber hinaus in der täglichen Werkstattpraxis.

Von Dr. Lutz Holzinger

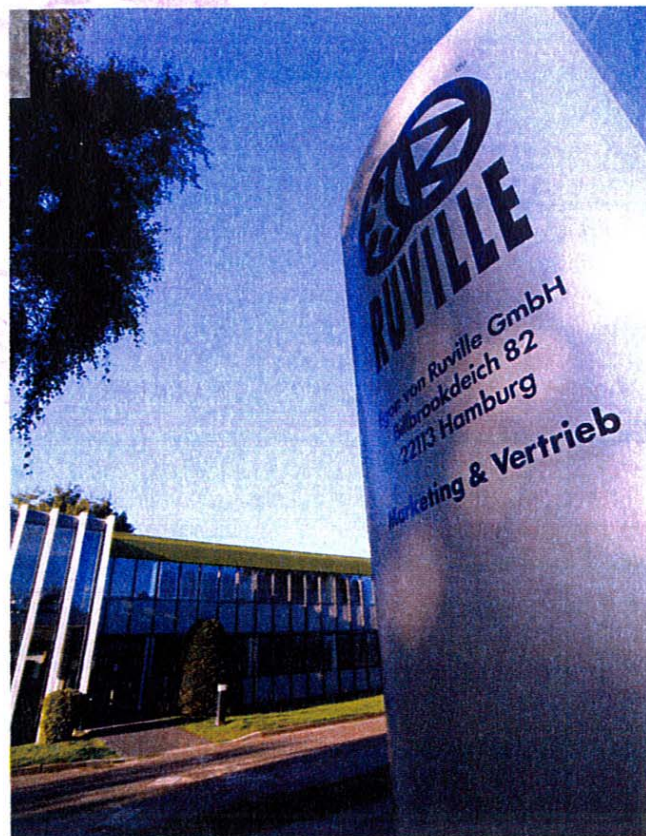
Überzeugendes Rundherum

terstreicht, „mehrere Bausteine zum Gesamtpaket Service zusammengefasst“, mit dem Hintergrundgedanken, dass die Kunden heute neben erstklassigen Produkten zusätzliche Dienstleistungen erwarten.

Katja Rehlen, Leiterin Business Development und Marketing, betrachtet die Bereitstellung eines umfangreichen Serviceangebots von Marketing, Produktqualität und Unterstützung von Kunden z. B. durch Kampagnen als Alleinstellungsmerkmal von Ruville. Mit AutoView Europa können Autohäuser und Werkstätten in puncto Fahrzeugbestand in die regionale Marktforschung vorstoßen, um ihr Marktpotenzial abzuschätzen. Nach Einzugsgebieten (verschieden große Radien bzw. Postleitzahlen) kann der Fahrzeugbestand nach Kategorien und Segmenten ausgewiesen und den Produkten von Ruville zugeordnet werden. Die Analyse erlaubt es, die Lagerhaltung an den jeweiligen Fahrzeugbestand anzupassen, Ladenhüter zu entfernen, die Umschlaggeschwindigkeit zu steigern und die Kapitalbindung zu reduzieren.

Ständiger Dialog mit den Kunden

Als weitere Servicebausteine nennt Marc Richter, Fachkommunikation Automotive Aftermarket, im Gespräch mit AUTO & Wirtschaft technische Informationen und Kataloge. Dazu kommt die



Das Ruville-Marketingteam um Leiterin Katja Rehlen (im Bild links)

immer größere Bedeutung von Schulungen und technischem Training. Darüber hinaus verfügt Ruville über eine extrem kundenorientierte Logistik. Geboten werden sowohl 24-Stunden-Bestellservice sowie die Belieferung im Nachtsprung. Die Informationen und Nachschlagwerke sind in verschiedene Segmente gegliedert und neben der gedruckten Form elektronisch per CD, Internet und E-Mail verfügbar. Ihr Aufbau zielt auf praxisgerechte Nutzung. Schulungen und technisches Training, die zunehmend in Anspruch genommen werden, bietet Ruville weltweit an. Im Mittelpunkt stehen alle Produktgruppen aus dem Sortiment des Unternehmens sowie Kataloge, Einbauhinweise, technische Informationen und technische Neuheiten.

Abgerundet wird das Servicepaket von Ruville (Mitglied der Schaeffler Gruppe) durch Bestell- und technische Hotlines. 15 Produktmanager und ein technischer Trainer stehen den Kunden für Probleme und Fragen zur Verfügung.

Darüber hinaus setzt das Unternehmen auf den ständigen Dialog mit den Kunden, um Produkte und Dienstleistungen weiter zu verbessern. ●