


Abb. 32: Service Navigator	Betrieb: Fahrzeugklinik GmbH	Datum:	
	Geschäftsfeld: Autolackiererei	Blatt:	

4. interne Kundenperspektive Interne Kundenperspektive Fahrzeugklinik GmbH 2009 – 2011 (Auszug)			
Ziel	Kenngroße	Vorgabe	Maßnahme
Gewinnung von Neukunden bzw. von (neuen) Werkstattaufträgen	Anzahl Neukunden bzw. neuer Aufträge	x Neukunden bzw. Y neue Aufträge	<ul style="list-style-type: none"> ■ Akquisitionsmaßnahmen nach Zielgruppen mit Hilfe der ermittelten Mehrwertdienstleistungen ■ Analyse des Auftragseingangs mit Hilfe des CRM-Systems ■ Werkstatttermin Planungssoftware
	Termintreue	Z % der Aufträge	
Detail- bzw. Endkunden (private und gewerbliche Kunden)	Anteil Detailkunden an Gesamtzahl Kunden	B % Detailkunden an Gesamtzahl Kunden	<ul style="list-style-type: none"> ■ Gewährleistung eines Einkaufserlebnisses mit professioneller Beratung statt Hinterhof-Charakter ■ Preis-Leistungs-Transparenz ■ After-Sales-KFZ-Pflegeangebote ■ Einrichtung einer 24-h-Hotline ■ Kundensegmentierung ■ Kundenberater an der Rezeption
	Wiederbeauftragungsquote	Z % der Aufträge	

Abb. 32: Rekonstruktion des Service Navigators der Fahrzeugklinik GmbH – Interne Kundenperspektive