

MARKETING UND VERTRIEB: PROZESSSTRUKTUREN

z.B. beim Verkauf von Neuwagen

	<i>Hauptprozess</i> Neuwagen verkaufen		
<i>Subprozesse</i>			
Ebene 1	• Kunden akquirieren	• Aufträge disponieren und abwickeln	• Kunden betreuen
Ebene 2/1	• Kundenkontakte aufnehmen ➤ telefonisch akquirieren ➤ telefonische Anfrage bearbeiten ➤ persönlich Kontakt aufnehmen	• Kaufverträge abschließen ➤ Kaufverträge bearbeiten ➤ Finanzierungs- und Leasingverträge bearbeiten ➤ Ankaufscheine bearbeiten	• Fahrzeuge ausliefern ➤ Auslieferungen koordinieren ➤ Fahrzeugdurchlauf überwachen ➤ Fahrzeuge übergeben
Ebene 2/2	• Kundenkontakte gestalten ➤ Fahrzeuge erklären ➤ Probefahrten durchführen ➤ Fahrzeuge konfigurieren	• Fahrzeuge bestellen ➤ Aufträge abklären ➤ Aufträge bestätigen ➤ Liefertermin abstimmen	• Nachkaufbetreuung durchführen ➤ Kontakte disponieren ➤ Kontakte durchführen ➤ Fahrzeug übergeben
Ebene 2/3	• Verkaufsverhandlungen führen ➤ Gebrauchtfahrzeug bewerten ➤ Kaufpreis verhandeln ➤ Finanzierung berechnen	• Kaufverträge abwickeln ➤ Aufträge kontrollieren ➤ Aufträge nachkalkulieren ➤ Auslieferung vorbereiten	• Kundenbeschwerden bearbeiten ➤ Mängel beseitigen ➤ Mängelbeseitigung kontrollieren
Ebene 2/4	• Kundendatei pflegen ➤ Kontakte planen ➤ Interessenten nachakquirieren	• Rechnung erstellen	
Ebene 2/5		• Fahrzeuge verwalten	

Prozesskosten im Neuwagenverkauf ($\emptyset$ Verkaufskosten in DM in D/Neuwagen):

Prozesskostensatz	4.535,88
davon Kunden akquirieren	3.062,44
Aufträge disponieren und abwickeln	571,24
Kunden betreuen	900,26

Quelle: Institut für Automobilwirtschaft (HM 1/2000)