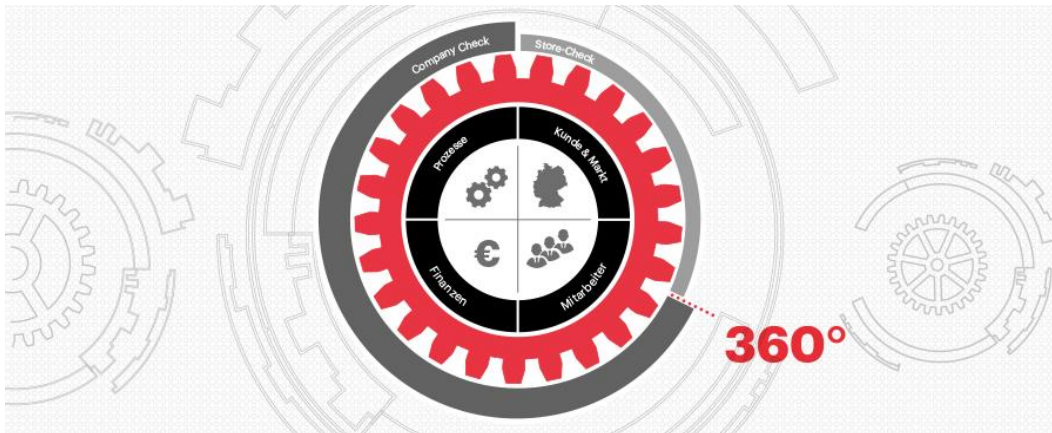


Motul „Mehr-Wert-Konzept“ für das Autohaus

## Für höchste Professionalität



Der Wandel in der Kfz-Branche schreitet rasant voran. Gefragt sind zuverlässige und hochprofessionelle Partner. Mit dem Motul „Mehr-Wert-Konzept“ für das Autohaus unterstützt der Schmierstoffhersteller die Branche nachhaltiger denn je. Im Fokus des innovativen Konzeptes stehen Prozessoptimierung und betriebswirtschaftliche Analyse sowie eine engmaschige Beratung der Automobilhändler.

Digitalisierung, Elektrifizierung, Vernetzung – Stichworte, die klar belegen: Die Automobilbranche durchläuft derzeit eine der größten Veränderungen in ihrer Geschichte. Umso wichtiger ist es daher, dass der Automobilhandel dem Kunden als kompetenter Ansprechpartner in allen Fragen rund um die Mobilität zur Verfügung steht. „Doch nur wenn das ‚Unternehmensgetriebe‘ richtig konzipiert ist und reibungslos funktioniert, kann der Betrieb seine volle Leistungsfähigkeit in Form optimaler Ergebnisse entfalten. Unser ‚Mehr-Wert-Konzept‘ für das Autohaus ist dabei der Schmierstoff für das Unternehmensgetriebe“, bringt es Simone Bönisch, Key Account Managerin der MOTUL Deutschland GmbH und Initiatorin des Motul „Mehr-Wert-Konzeptes“, auf den Punkt.

### Die zwei wesentlichen Bestandteile: Store- und Company-Check

Das Motul „Mehr-Wert-Konzept“ für das Autohaus besteht im Wesentlichen aus den zwei Bestandteilen „Store-Check“ und „Company-Check“, für die jeweils 1,5 Tage veranschlagt werden. Während der Store-Check den Betrieb aus Sicht des Kunden analysiert, bezieht sich der Company-Check auf das interne Zusammenspiel aus Finanzen, Strukturen, Prozessen und Mitarbeitern. Beim Store-Check mit entsprechenden Handlungsempfehlungen handelt es sich um eine markenunabhängige Service-, Verkaufs- und Dienstleistungsanalyse, die auf eine Verbesserung von Kundennähe, Beratungsqualität und Abschlussorientierung im Kundenkontakt abzielt. Dabei werden die

**PRESSEMITTEILUNG**

realen Kundenerlebnisse am Telefon und vor Ort im Autohaus ermittelt und mit dem unmittelbaren Wettbewerbsumfeld verglichen. Der Unternehmens-Check dagegen richtet sich an Betriebe, die wissen wollen, wo sie stehen und welche Potenziale vorhanden sind. Dabei wird Schritt für Schritt der erfolgversprechendste Weg in die Zukunft aufgezeigt.

### **Individuelle Herangehensweise**

Laut der erfahrenen Branchenexpertin erfordert jedes Autohaus eine individuelle Herangehensweise. Damit die Analyseinstrumente des Konzeptes entsprechend der unterschiedlichsten Anforderungen der Betriebe exakt greifen und eine zielorientierte Arbeitsweise gewährleistet ist, sind laut Bönisch jedoch immer umfassende Transparenz und eindeutige Prioritäten im jeweiligen Unternehmen notwendig. „Wenn der Weg klar ist, bieten wir ein weitreichendes Beratungs-, Trainings- und Coachingspektrum an“, so die Motul Verantwortliche. Die aus einer 360-Grad-Sicht entwickelten Maßnahmen ermöglichen laut Bönisch einen schnellen Einstieg, eine einfache Umsetzung und damit direkt sichtbare Erfolge für das Autohaus. „Die einzelnen Stellhebel im Autohaus, sprich, Kunden, Markt, Mitarbeiter, Management, Strategie, Planung, Finanzen, Controlling, Prozesse sowie Kompetenz, gilt es vor dem Hintergrund der Veränderungen der Branche zu optimieren, indem Handlungsfelder aufgezeigt und strategische Veränderungsprozesse eingeleitet werden“, betont die Key-Account-Managerin.

### **Motul als prädestinierter Partner der Branche**

Simone Bönisch sieht Motul als prädestinierten Berater der Automobilbranche: „Wir verfügen seit mehr als 25 Jahren über umfangreiches Know-how in punkto Umweltberatung und -bilanzierung. Zudem kenne ich kein anderes Unternehmen, das in betriebswirtschaftlichen Fragen die Dinge effizienter auf den Punkt bringt als Motul. Wir verhelfen dem Autohaus dazu, bessere Prozesse aufzusetzen und bares Geld zu verdienen. Hinzu kommt, dass bei unserem ‚Mehr-Wert-Konzept‘ hochkarätige Partner an Bord sind, die Autohäuser objektiv und herstellerunabhängig analysieren, daraus konkrete Handlungsfelder ableiten sowie prompte Ergebnisverbesserungen realisieren.“ Mit dem einzigartigen Konzept, das künftig um weitere Module erweitert wird, zielt Motul auf den gesamten Automobilhandel ab. Simone Bönisch ist sich sicher, in den kommenden zwei bis drei Jahren rund 300 Betriebe von dessen Vorteilen überzeugen zu können. „Das Motul ‚Mehr-Wert-Konzept‘ steht für ein gesundes Unternehmen, mehr Zeit für das Kerngeschäft und ein gutes Miteinander. Damit gehen ganz klar mehr Ertrag, mehr Kundenbindung, eine bessere Mitarbeitermotivation und vereinfachte Prozesse einher. Wichtig ist allerdings immer, nicht nur die richtigen Dinge zu tun, sondern auch die

Dinge richtig zu tun – einen Grundsatz, den wir seit jeher leben“, resümiert die Motul Managerin. Für weiterführende Informationen: [s.boenisch@motul.de](mailto:s.boenisch@motul.de)

**Abb.:** Mehr Erfolg im Unternehmen dank des Motul „Mehr-Wert-Konzeptes“ für das Autohaus

## Über Motul

Motul ist ein international agierendes, französisches Traditionsunternehmen. Die 1980 gegründete MOTUL Deutschland GmbH vertreibt ihre Produkte über Autohäuser, Werkstätten und den Fachhandel und ist dort kompetenter Ansprechpartner. Motul ist weltweit führend in der Entwicklung, Herstellung und Vermarktung hochwertiger Schmierstoffe für Automobile, Motorräder und viele weitere Anwendungsgebiete. Mit MotulTech bietet der Schmierstoffhersteller auch Produkte für industrielle Anwendungen. Gerade im Bereich synthetische Schmierstoffe gilt Motul als der Spezialist schlechthin. Bereits 1971 brachte Motul als erster Schmierstoffhersteller das erste vollsynthetische Motorenöl auf Ester-Basis auf den Markt, Motul 300V – eine Technologie, die ursprünglich in der Luftfahrt eingesetzt wurde. Heute gilt Motul dank seiner langjährigen Erfahrung im Rennsport als anerkannter Partner in der Motorsportszene und arbeitet auch hier stets an den neuesten technologischen Entwicklungen. Mit seinem einzigartigen Know-how und seiner Innovationskraft unterstützt Motul zahlreiche Teams im nationalen und internationalen Rennsport.

Weitere Infos unter [www.motul.de](http://www.motul.de)

**Motul Deutschland GmbH**  
Justine Hörmann  
PR, Media & Event Management  
T +49 (0)2203 1700-164  
E [j.hoermann@de.motul.com](mailto:j.hoermann@de.motul.com)

**Pressebüro Motul**  
Isabella Finsterwalder  
Die Pressefrau  
T +49 (0)8095 870223  
E [motul@die-pressefrau.de](mailto:motul@die-pressefrau.de)

**KONTAKT**