

Wie können die richtigen Informationen in einem Autohaus über die vorhandenen Daten gewonnen werden?

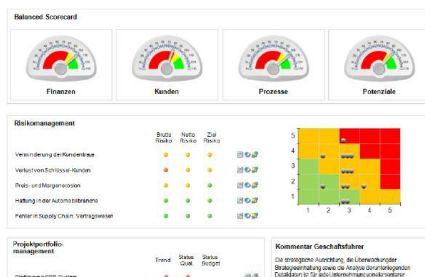
Für die Zukunft eines Unternehmens ist es essentiell, Entscheidungen schnell und auf der Grundlage größtmöglicher Transparenz zu treffen.

Was benötigt man dazu? Wichtige und richtige Informationen.

Woher erhält man diese Informationen? Aus den wesentlichen Daten, die im Unternehmen vorhanden sind.

Kennzahlensysteme im klassischen Sinn, sind heute nicht mehr ausreichend, um die Komplexität zu begreifen und die erforderliche Flexibilität in der Unternehmensführung sicherzustellen.

Somit sind auch Informationen heute in jedem Autohaus essentiell wichtig, um vorausschauende Entscheidungen zu treffen. Es bedarf an Informationen, die es erlauben das Kundenverhalten transparent zu monitoren, Änderungen zeitnah zu beobachten, um aktiv und vorausschauend zu agieren, Risiken frühzeitig zu erkennen bzw. Risiken zu monitoren, Marktbeobachtungen sowie Beobachtungen des Umfeldes im allgemeinen.



Themen wie Business Intelligence, was nichts anderes ist, als ein umfassendes Kennzahlensystem, mit dem Unterschied, dass nicht nur rückblickend geschaut wird, sondern eine vorausschauende Steuerung ermöglicht wird und in real time, die Entwicklung – ähnlich wie bei der Börse – der Geschäfte überwacht werden kann. Der Vorteil, Nutzen und das NOVUM sind:

Vorausschauende Steuerung

In Real Time in Form von Cockpits seine Kennzahlen zu monitoren. Zeitaufwendige Auswertungen entfallen und Entscheidungen können früher und genauer getroffen werden.

Die zielgerichtet Auswahl der KPI und Frühindikatoren und deren Einbettung in die Unternehmensprozesse bestimmt maßgeblich den Erfolg eines modernen Autohauses und seines Managements. Mit Hilfe von Planung und Forecasting werden wichtige Unternehmensentscheidungen unterstützt und in real Time Zielerreichungsgrade – ohne zeitaufwendige “manuelle” Auswertungen und zeitaufwendiges Reporting – schnell, einfach und simultan an alle Führungskräfte reportet.

Somit liegt es auf der Hand, dass “Business Intelligence” nicht nur für große multinationale Konzerne eine Lösung ist. Auch im Automobilhandel, sollte bereits jetzt begonnen werden, eine sog. BI-

Strategie aufzubauen und sich mit modernen, schnellen, übersichtlichen mehrdimensionalen Reportings auseinandersetzen.

Aus den Daten im Autohaus gewinnen Sie essentielle Informationen, die ein Autohaus effizienter, wettbewerbsfähig, wirtschaftlicher macht. Zudem erreichen Sie, dass erkannt wird, welche Daten – neben den klassischen Steuerungsdaten – zudem wichtig sind, um neue Unternehmenswerte zu schaffen.

Welche Fragen sollten Sie sich heute für Ihre BI Strategie stellen bzw. zeigen Ihnen die Notwendigkeit auf, eine BI Strategie zu entwickeln:

- Wie zeitaufwändig ist die Suche nach wirklich entscheidungsrelevanten Informationen im Unternehmen?
- Wie erreichen Sie, dass ein Management by results erzielt wird?
- Wie erreichen Sie, dass das mittlere Management sich mit strategischen Fragestellungen für die einzelnen Geschäftsfelder beschäftigt?
- Wie kann aus der Masse an Daten wirklich entscheidungsrelevante Information (Business Intelligence) abgeleitet werden?
- Wie kann Business Intelligence unternehmensintern wichtiger Partner für die Fachabteilungen werden?
- Wie kann ein Business Intelligence System kostengünstig und mit hoher Akzeptanz in einem Autohaus eingeführt werden?
- Wie kann der Added Value eines BI Projektes gerechnet und im Unternehmen kommuniziert werden?

...

Sprechen Sie uns an, wir helfen Ihnen bei der Beantwortung Ihrer Fragestellungen. Kontaktieren Sie uns einfach unter info@ilmti.com – Autor: Institute of Leadership, Management & Technology Innovations S.L.U. – www.ilmti.com