

Vergölst startet Pilotprojekt mit digitalen Serviceeinträgen

Hannover, im August 2024. Im Rahmen der kontinuierlich erweiterten Serviceoffensive für seine Partnerbetriebe geht Vergölst ab August in die Pilotphase für das Projekt „Digitale Serviceeinträge“. Perspektivisch sollen Franchise-Partner das Angebot erhalten, diese Leistung direkt an Vergölst abzugeben – damit sie sich voll auf ihr Kerngeschäft konzentrieren können: den Fahrzeugservice für ihre Kundinnen und Kunden.

Mit dem zunehmenden Ausbau der Digitalisierung wird auch der händische Eintrag ins Kfz-Serviceheft nach und nach durch digitale Lösungen ersetzt. Größere Autohersteller bieten bereits die Möglichkeit, bestimmte Einträge online vorzunehmen. Anstatt des Servicehefts im Handschuhfach wird so eine digitale Servicehistorie vom Fahrzeug angelegt, die Kunden bei ihrer Werkstatt anfordern können. „Die Herausforderung daran ist zurzeit, dass jeder Autohersteller ein eigenes Portal für Serviceeinträge hat. Werkstätten müssen daher für jede Marke einen eigenen Login anlegen und sich in den jeweiligen Portalen neu zurechtfinden – zumal noch nicht jede Serviceleistung digital erfasst werden kann“, erläutert Emily Schreckling, Produktmanagerin Autoservice bei der Vergölst GmbH, die das Projekt im Hause derzeit betreut.

Daher bietet der Spezialist für Reifen und Autoservice seinen Franchise-Partnern nun testweise die Möglichkeit, die digitalen Serviceeinträge zentral an die Vergölst Franchise-Abteilung auszugliedern. „Dazu läuft eine Pilotphase bis Ende des Jahres mit einigen Partnerbetrieben, um den tatsächlichen Aufwand, der dahinter steckt, abschätzen und budgetieren zu können“, sagt Schreckling und ergänzt: „Wir möchten zudem aus Sicht der Franchise-Partner untersuchen, ob dieser Service tatsächlich eine Arbeiterleichterung darstellt. Im Anschluss an die Pilotphase möchten wir daher erfragen, ob es ein ‚schlanker‘ und damit attraktiver Prozess ist.“ Aus Sicht der Vergölst Zentrale sollen am Ende der Pilotphase Fragen beantwortet werden wie: Wie viele Einträge kommen zusammen, wie kann der Datenaustausch zum Fahrzeug von der Werkstatt zu Vergölst möglichst einfach vonstattengehen? Sollte das Angebot auf Interesse stoßen, wird es perspektivisch den mehr als 300 Franchise-Betrieben zugänglich gemacht.

Emanuel Buddensiek, Leiter Franchise bei Vergölst, schätzt den Bedarf an dieser Serviceleistung als hoch ein: „Denn viele Werkstätten stehen vor der Herausforderung, den zusätzlichen Aufwand in ihrem Tagesgeschäft abbilden zu müssen. In Zeiten fortschreitender Komplexität erachten wir es daher als außerordentlich wichtig, unseren Partnerbetrieben bei dieser Entwicklung unter die Arme zu greifen, damit sie sich auf ihr Kerngeschäft konzentrieren können.“

„Die Komplexität in unserem Arbeitsalltag wächst stetig. Dies fordert stetigen Know-how-Aufbau, aber auch zusätzliche Ressourcen von uns ab. Unser Kerngeschäft liegt darin, unseren Kundinnen und Kunden den besten Service für ihre Fahrzeuge zu bieten. Die Einarbeitung in neue administrative Themen gehört zwar zum Teil mit dazu, kostet uns aber wertvolle Zeit. Aus diesem Grund machen wir gerne bei der Pilotphase mit und sind dankbar, wenn das Thema perspektivisch von der Vergölst übernommen werden kann“, so Michael Hansen, Geschäftsführender Gesellschafter Reifen- und Autoservice Hansen GmbH in Idar-Oberstein.

Kontakt für Journalisten

Marcel Schasse

Mobil: +49 151 / 1887 2552

E-Mail: marcel.schasse@vergoelst.de

Links

Presstexte und Fotos zum Download finden Sie unter

<https://vergoelst.de/presse.html>

<https://instagram.com/vergoelst/>

<https://www.facebook.com/vergoelst/>

<https://www.youtube.com/user/VergoelstReifen>

Über Vergölst

Mit einem Netzwerk von über 450 Standorten sichert Vergölst bundesweit die Mobilität der Kunden. 1926 in Aachen gegründet ist der Spezialist für Reifen und Autoservice stetig gewachsen. Seit 1974 ist Vergölst Teil der Continental AG und hat seine Zentrale in Hannover. Heute erwirtschaften rund 1.900 Mitarbeiter in ganz Deutschland einen jährlichen Umsatz von etwa 330 Millionen Euro.

Genderneutrale Sprache

Zur besseren Lesbarkeit verwenden wir in unserer Pressearbeit das generische Maskulinum. Die verwendeten Personenbezeichnungen beziehen sich aber – sofern nicht anders kenntlich gemacht – grundsätzlich auf alle Geschlechter.