

stop+go verstärkt Serviceoffensive des Volkswagen Konzerns

Beitrag von „Sittingbull“ vom 7. Mai 2008 um 13:19

Berlin/Wolfsburg, 06. Mai 2008 - Mit der Neuausrichtung der Werkstattkette stop+go verstärkt der Volkswagen Konzern seine Serviceoffensive. Nach einer erfolgreich absolvierten Pilotphase mit sechs Berliner Betrieben beginnt jetzt die bundesweite Ausweitung des Konzeptes. In jedem der kommenden Jahre sollen mehr als 20 stop+go-Filialen und Franchisebetriebe in Ballungszentren entstehen. Mit ihren kostengünstigen innovativen Reparaturleistungen spricht die Werkstattkette insbesondere Kunden mit Fahrzeugen an, die acht Jahre und älter sind. Zum attraktiven Verkaufsprogramm in den modernen Shops gehören vor allem Zubehör, Reifen und Pflegeprodukte.

„Ältere Gebrauchtwagen, auch konzernfremder Marken, und die Mobilität des Kunden stehen im Mittelpunkt der Werkstattkette stop+go. Die Pilotphase hat bestätigt, dass wir damit deutlich Potenzial auf dem freien Servicemarkt schöpfen und Marktanteile gewinnen können“, sagt Dr. Peter Porbeck, Leiter Service im Volkswagen Konzern. Das Servicegeschäft der autorisierten Partnerbetriebe werde wirkungsvoll ergänzt, da hier überwiegend Kunden mit jüngeren Fahrzeugen konzern eigener Marken in die Werkstatt kämen. Somit werde die Serviceoffensive des Volkswagen Konzerns durch stop+go nachhaltig verstärkt.

Von Beginn an wurde in den Pilotbetrieben von stop+go die Kundenzufriedenheit gemessen. „Mit 98 Prozent haben wir hier einen äußerst positiven Wert erreicht“, betont Detlef Saemisch, Geschäftsführer der stop+go Systemzentrale GmbH mit Sitz in Unna. Neben dem attraktiven Preis-Leistungsverhältnis würden die Kunden vor allem die kompetente und zügige Erledigung von Reparatur- und Produktwünschen in einem innovativen Ambiente schätzen.

Zu den Leistungen der stop+go Systemzentrale für die Franchise-Nehmer gehören die Standortentwicklung, das Qualitätsmanagement, das Liefern von Know-how bis hin zu IT-Systemen, technische und kaufmännische Schulungen, betriebswirtschaftliche Beratungen, zentrale Werbung sowie das Koordinieren des Produktprogramms. Mit diesen Leistungen, für die der Franchise-Nehmer Gebühren entrichtet und seine Waren von der Systemzentrale bezieht, können die stop+go-Betriebe nach einheitlich höchstem Wettbewerbsstandard arbeiten und so ihre regionalen Marktpotenziale bestmöglich ausschöpfen.