

15. November 2018

Erfolgskonzept weiter ausgebaut

## **Größere Kundennähe durch Promotoren**

**Beim Ersatzteilspezialisten Motorservice bilden die so genannten Promotoren eine zusätzliche Schnittstelle zum Kunden. Die technisch geschulten Mitarbeiter agieren in verschiedenen Ländern direkt vor Ort beim Großhandel und in der Werkstatt. Sie stehen schnell und kompetent mit definierten Serviceleistungen und Hilfestellungen zur Verfügung und schlagen die Kommunikationsbrücke vom Großhändler direkt in deren Filialen und zu den Werkstattkunden.**

**Das Promotoren-Konzept wurde bereits 2010 eingeführt und schreibt seither eine Erfolgsgeschichte. Zwischenzeitlich wurde es weiter ausgebaut und zusätzliche Promotoren eingestellt.**

*„Unsere Promotoren haben den Vorteil, dass sie die jeweilige Landessprache beherrschen und über Kenntnisse der Kultur vor Ort verfügen. Durch ihre Nähe im Land können sie schnell informieren und agieren. Wir haben bislang nur positives Feedback zu dem Konzept bekommen“* berichtet Hansjörg Rölle, Mitglied der Divisionsleitung Aftermarket. Seit 2016 gibt es zusätzlich zu den bestehenden Promotoren in Polen und Russland je einen der speziellen Mitarbeiter in Italien, Ungarn, der Türkei und Südafrika. Außerdem sind Promotoren in den USA, Chile, der Balkan-Region und für den Bereich Marokko und Tunesien hinzugekommen. Mit einem weiteren Mitarbeiter in Russland beschäftigt das Unternehmen aktuell insgesamt 12 Promotoren in elf Ländern.

## **Nähe zum „Point of Repair“**

Promotoren agieren als verlängerter Arm eines Gebietsverkaufsleiters und unterstützen den Kunden bei der täglichen Arbeit. Dazu gehört zum Beispiel die Identifikation von Ersatzteilen, die Beschaffung von Marktinformationen oder die Ermittlung von Trainingsbedarf für Werkstätten. Die gut ausgebildeten Mitarbeiter führen aber auch selbst grundlegende Schulungen durch und stellen dem Kunden die neuesten Motorservice-Produkte und -Dienstleistungen vor. Als Ansprechpartner vor Ort agieren sie zusätzlich auch auf Kundenmessen, Kundenevents oder beim Großhändler. In der Praxis unterscheidet Motorservice zwischen Promotoren zur Lösung technischer Probleme und solchen zur Unterstützung bei eher vertriebsorientierten Themenfeldern.

Die Aufgaben technischer Promotoren liegen vor allem in der Durchführung lokaler Trainings und der Behebung technischer Schwierigkeiten beim Verbau der Motorservice-Produkte direkt in der Werkstatt. Daneben identifizieren diese Promotoren den marktspezifischen Bedarf an Ersatzteilen und kommunizieren eng mit dem zuständigen Produktmanager.

Die eher vertriebsorientierten Promotoren leisten eine vertiefte Vertriebsunterstützung und führen lokale Marketingaktivitäten durch. Sie nutzen ihre Kontakte vor Ort, um vor allem beim Bezug der Motorservice-Produkte auf Handelsebene, beim Großhandel und in der Werkstatt helfend einzugreifen.

### **Über Motorservice**

Die Motorservice Gruppe ist die Vertriebsorganisation für die weltweiten Aftermarket-Aktivitäten von Rheinmetall Automotive. Sie ist ein führender Anbieter von Motorkomponenten für den Ersatzteilmarkt mit den Marken Kolbenschmidt, Pierburg, BF und TRW Engine Components. Ein breites und tiefes Sortiment ermöglicht den Kunden, Motorenteile aus einer Hand zu beziehen. Als Problemlöser für Handel und Werkstatt bietet Motorservice darüber hinaus ein umfangreiches Leistungspaket und die technische Kompetenz als Tochtergesellschaft eines Technologieunternehmens.