SCHADEN.NEWS



13.09.2017

„IDENTICA EIGNET SICH FÜR BETRIEBE, DIE SICH WEITERENTWICKELN WOLLEN“

Herr Stöcker, wie hat sich IDENTICA in den vergangenen zwei Jahren entwickelt?

Karsten Stöcker: Insgesamt sind wir mit der Entwicklung des Werkstattsystems sehr zufrieden. Wir haben allein in den vergangenen zwei Jahren mehr als 20 neue Partnerbetriebe dazu gewonnen. Darüber hinaus ist es uns gelungen, neue Bausteine in unser Werkstattsystem zu integrieren und bei den Betrieben zu etablieren. Dazu gehören zum Beispiel unser Smart-Repair-Konzept LackExpress sowie das Lean Management System ISP, das die Betriebe dabei unterstützen soll, sich im Werkstattalltag noch effizienter aufzustellen.

Das Werkstattsystem hat derzeit mehr als 140 Partnerbetriebe. Nehmen Sie noch K&L-Werkstätten auf und welche Voraussetzungen müssen diese erfüllen?

Karsten Stöcker: Ja, wir nehmen noch Betriebe auf. Eine IDENTICA-Partnerschaft eignet sich besonders für ambitionierte Betriebe, die sich weiterentwickeln möchten. Grundvoraussetzung für die Aufnahme in unser Werkstattsystem ist, dass die Betriebe Karosserie- und Lackierarbeiten an einem Standort anbieten. Hat sich ein Betrieb beworben, prüfen wir vor Ort genau, ob sich dieser für IDENTICA eignet. Eventuelle Schwachstellen muss der Betrieb dann in einem vorgegebenen Zeitraum nacharbeiten. **Was sind die Besonderheiten des Werkstattsystems IDENTICA?**

Karsten Stöcker: Mit IDENTICA können Betriebe erhebliche Leistungssteigerungen erzielen. Dabei setzen wir auf eine besonders intensive Betreuung: Wir stellen jeder Werkstatt einen unserer sechs

Systemberater zur Seite. Sie beleuchten alle Bereiche des Unternehmens. So unterstützen sie die Werkstatt dabei, sich noch professioneller aufzustellen und Schwachstellen zu minimieren. Der persönliche Kontakt zu den Betrieben ist uns dabei besonders wichtig.

Wie unterstützt IDENTICA seine Partnerbetriebe im Geschäft mit Flotten und Fuhrparks?

Karsten Stöcker: Durch unsere Kooperationen sind wir in der Lage unseren Betrieben Know-how und Kontakte in diesen Bereichen zu vermitteln. Des Weiteren können sich unsere Partnerbetriebe mit unserer Webplattform Repscore.net eine digitale Visitenkarte anlegen. Das erleichtert potenziellen Kundengruppen, sie zu finden. Darüber hinaus unterstützt IDENTICA seine Partnerbetriebe durch ein starkes Marketingpaket bei der Außendarstellung – auch gegenüber Flotten und Fuhrparks. Daneben trägt natürlich auch der persönliche, enge Kontakt zum Systemberater dazu bei, diese Kundengruppen gezielt ansprechen zu können.

Welche Schwerpunkte sehen Sie mit dem Werkstattsystem in den nächsten Jahren?

Karsten Stöcker: Auf unserer Jahrestagung im März, der ERFA 2017, haben wir die Maßnahmen für die nächsten zwei Jahre festgelegt. Unser Ziel ist es, die Präsenz von IDENTICA in sozialen Medien wie Facebook sowie im Internet zu erhöhen. Außerdem planen wir, die Qualifizierung der IDENTICA Partnerbetriebe noch weiter zu optimieren. Hierzu setzen wir neben den klassischen Seminarangeboten künftig auch auf etablierte Webinar-Plattformen. Darüber hinaus wollen wir die Wahrnehmbarkeit von IDENTICA bei Autofahrern erhöhen. Wir hatten einen guten Start mit dem Sponsoring des BMW-Rennwagens für das ADAC Zurich 24h-Rennen sowie die Rennserie VLN auf dem Nürburgring. Auf diese Erfolge wollen wir aufbauen.

Ina Otto