



Eine Schatzkammer

für Kundendaten

Modernes Kunden-Management: Der Mobilfunkshop-Betreiber Abach GmbH nutzt intensiv die Möglichkeiten des Vertragsmarketings mit LaCash-Mobilfunk. Mit der eigenen Kasse wickelt Abach zugleich das Zubehörgeschäft ab und kalkuliert aus Handy-Kosten und Tarifen eigene Preise. „LaCash-Mobilfunk“, sagt Abach-Geschäftsführer Oliver Eisele, „hilft einem Mobilfunkshop, eigene Interessen zu wahren“.

||- Wenn bei Abach-Kunden der Mobilfunkshops in Heidelberg (zweimal O₂) und Speyer (Vodafone) die Verträge auslaufen, schlägt die PC-Kasse von Diesselhorst Software Alarm. LaCash-Mobilfunk meldet das anstehende Vertragsende. Die Mitarbeiter in den Mobilfunkshops senden den Kunden direkt aus LaCash-Mobilfunk eine SMS – das SMS-Marketing-Tool in LaCash-Mobilfunk macht's möglich. Hat ein Kunde Geburtstag, bekommt er ebenfalls eine SMS aus der Kassensoftware. Reagiert der Kunde auf die Angebote zur Vertragsverlängerung nicht, wird er angerufen oder bekommt eine Postkarte. Der Adressaufkleber lässt sich dabei mit der Serienbrief-Funktion der Textverarbeitung direkt aus der Kassensoftware generieren. Für Abach-Geschäftsführer Oliver Eisele ist derlei

modernes Kundenmanagement heutzutage unerlässlich. An alte Zeiten, als man Verträge noch in Ordnern verwaltete, denkt er mit Grauen zurück. „Niemand kann das heute noch manuell leisten“, sagt der gelernte Fernmeldemeister. Gerade unabhängige Mobilfunkshop-Betreiber mit einem franchisenehmerähnlichen Status könnten mit solchen Prozessen ihre Position behaupten. Sie stehen schließlich im Wettbewerb mit den Netzbetreibern und mit deren Direktshops.

Kasse für die eigene Strategie

-- Ein Kassensystem wie LaCash-Mobilfunk ist aus Sicht von Oliver Eisele das Herzstück jeder eigenen Strategie. Selbst wenn man nur den Aspekt der Kundenverwaltung betrachte:

„Wir verstehen unser Kassensystem als neutrales Medium, das uns hilft, unseren Ertrag zu verbessern. Das ist heutzutage lebensnotwendig.“

Oliver Eisele
Geschäftsführer
Abach GmbH

„Die Kundendatenbank in LaCash-Mobilfunk ist unsere Schatzkammer.“ Und diese Schatzkammer gelte es zu hüten, schließlich seien die Netzbetreiber darauf bedacht, Kundendaten für sich zu behalten. Eisele: „LaCash macht uns autark, darum ist das System für uns so wertvoll.“ Der Erfolg gibt dem Unternehmer Recht. Die Kundenkommunikation via Kassensystem komme beim Kunden an, sagt Eisele. Mit den Erfolgsquoten ist er zufrieden. In seinen drei Shops beschäftigt er mittlerweile 12 Mitarbeiter.

„Kassensystem aus der Praxis“

-- Als Oliver Eisele im Jahr 2000 den Markt der Kassensysteme sondierte, fand er unzählige Produkte, aber keines, das nach seiner Überzeugung die Bedürfnisse der Branche abdeckt. Diesselhorst Software und Abach kamen zusammen, und die Anforderungen des Mobilfunk-Praktikers aus Heidelberg flossen maßgeblich in das neue LaCash-Mobilfunk ein. Diesselhorst Software entwickelte LaCash nach den Anforderungen der Kunden. „Das ist ein Kassensystem aus der Praxis“, lobt Oliver Eisele. LaCash-Mobilfunk passe sich den Prozessen an, nicht umgekehrt.

In den Abach-Shops arbeitet heute ein LaCash-Kassensystem auf einem handelsüblichen PC. Die weitere Ausstattung: Kassenschublade, Kartenleser und Bondrucker. Weil bei Oliver Eisele fast alle Kunden bei einer Freischaltung den Kreditcheck der Netzbetreiber durchlaufen und er über ihre Daten verfügt, setzt er auf das Lastschrift-Verfahren und verzichtet so auf weitere teure Terminal-Hardware an der Kasse. Die Überweisungsdaten gehen jeden Abend online an seine Bank. Vorteil LaCash: Eine interne Sperrliste macht es unmöglich, dass „bestimmte Pappenheimer“ (Eisele) versuchen, doch wieder zu einem Mobilfunkvertrag zu gelangen.

LaCash kalkuliert Endpreise

-- Die Kasse war für Eisele ein Quantensprung bei der Produktgestaltung. Früher musste er Handys und Verträge von Hand kalkulieren, sprich Handy-Preise und WKZ mit Tarifen aus langen Listen kombinieren. Eine Heidenarbeit – angesichts der Tarifvielfalt im Mobilfunkmarkt. Heute übernimmt die Kassensoftware diesen Job. LaCash-Mobilfunk errechnet aus Gerätepreisen und Tarifen Endpreise und bezieht dabei auch Provisionen bzw. Werbekostenzuschüsse der Netzbetreiber in die Rechnung mit ein. LaCash-Mobilfunk übernimmt die komplizierte Preiskalkulation

im Mobilfunkgeschäft und ermöglicht dem Händler, für ihn gewinnbringende Produkt-Pakete zu schnüren.

Gerade für freie Fachhändler, sagt Oliver Eisele, sei ein System wie LaCash-Mobilfunk von strategischer Bedeutung. Wer mehrere Lieferanten habe, könne sie im Kassensystem einander gegenüberstellen und so Produkte gestalten, die – beispielsweise – die höchsten Provisionen bringen. Oliver Eisele: „Wir verstehen unser Kassensystem als neutrales Medium, das uns hilft, unseren Ertrag zu verbessern. Das ist heutzutage lebensnotwendig.“

Herr über die Kundendaten

-- Ein neutrales, eigenes Kassensystem findet er wichtig, auch wenn die Systeme der Netzbetreiber umfassender werden, sagt Eisele. Nicht immer nutzen die Händler die Funktionen der von den Partnern angebotenen Systeme. Abach setzt beispielsweise beim Zubehörverkauf auf LaCash-Mobilfunk, obwohl etwa O₂ diese Funktion mittlerweile im eigenen System anbietet. Jeder Verkaufsvorgang bei Abach wird in LaCash-Mobilfunk nachvollzogen, so dass der Ladenbetreiber jederzeit Herr über alle Daten ist. Ein professionelles Zubehörgeschäft hält Oliver Eisele schließlich für essenziell. Das Geschäft mit Headsets, Ledertaschen und Autoladekabeln sei „eine Wachstumsschiene mit ordentlichen Margen“.

Eisele gefällt an LaCash-Mobilfunk, dass Artikelstämme schnell geladen werden können. LaCash-Mobilfunk verfügt über freie CSV-Schnittstellen, die DATANORM-Schnittstelle und mehrere Optionen für Spezialimporte. „Mehr als 30 000 Produkte unseres kompletten Artikelstamms waren binnen weniger Minuten angelegt“, erinnert sich Eisele.

Ein Zukunftsprojekt ist für Oliver Eisele die Vernetzung seiner drei LaCash-Installationen. Wenn die Systeme an den drei Standorten miteinander verbunden sind, kann Oliver Eisele von zentraler Stelle aus etwa alle Artikeldaten aktualisieren und Verkaufsdaten abrufen. Der 37-jährige denkt auch daran, das Kassensystem um Elemente der Verkaufssteuerung auszubauen. Wenn die Abrechnung der Provisionen an die Mitarbeiter über LaCash-Mobilfunk liefere, ließen sich Personal und Verkauf genauer steuern.

Nach mehr als acht Jahren Arbeit mit LaCash-Mobilfunk zieht Oliver Eisele Bilanz: „Die Praxis zeigt, dass das System sein Geld wert ist.“ Ihm ermögliche die Kasse das Arbeiten nach dem Motto „Don't work harder, work smarter.“ --||

abach 
the phone company

Oliver Eisele
Abach GmbH
Poststraße 1-3
69115 Heidelberg
info@abach-online.de

DIESSELHORST

SOFTWARE & CONSULTING

Stephan Diesselhorst
DIESSELHORST SOFTWARE & CONSULTING
Am Sandtorkai 56
20457 Hamburg
info@diesselhorst.de
www.diesselhorst.de