

Branchentreff 2017



Herzlich willkommen

zum

BRANCHENTREFF 2017

Tankstellen Garagen Service

ATG

Verdienen Sie mehr Geld!

RAYMOND SALVETAT

WashTec

Geld Verdienen mit Autowa(ä)schen

Raymond Salvetat, Leiter Vertrieb und Service DACH



Kurze Vorstellung



- **Raymond Salvetat**
- Dipl. Kaufmann (BWL)
- 51 Jahre alt
- Verheiratet, 2 Kinder

- 16 Jahre bei WashTec
 - 15 Jahre Betreibergeschäft (WashTec Carwash Management GmbH)
 - 6 Jahre Leiter Marketing
 - 6 Jahre Leiter Produktmanagement
 - Seit 2015 Leiter Vertrieb und Service DACH & Geschäftsführer AUWA Chemie GmbH

- Davor
 - Bezirksleiter Tankstellen mit 26 Tankstellen West Deutschland
 - Verkaufsleiter Tankstellen mit 320 Tankstellen in Süd- und Ostdeutschland

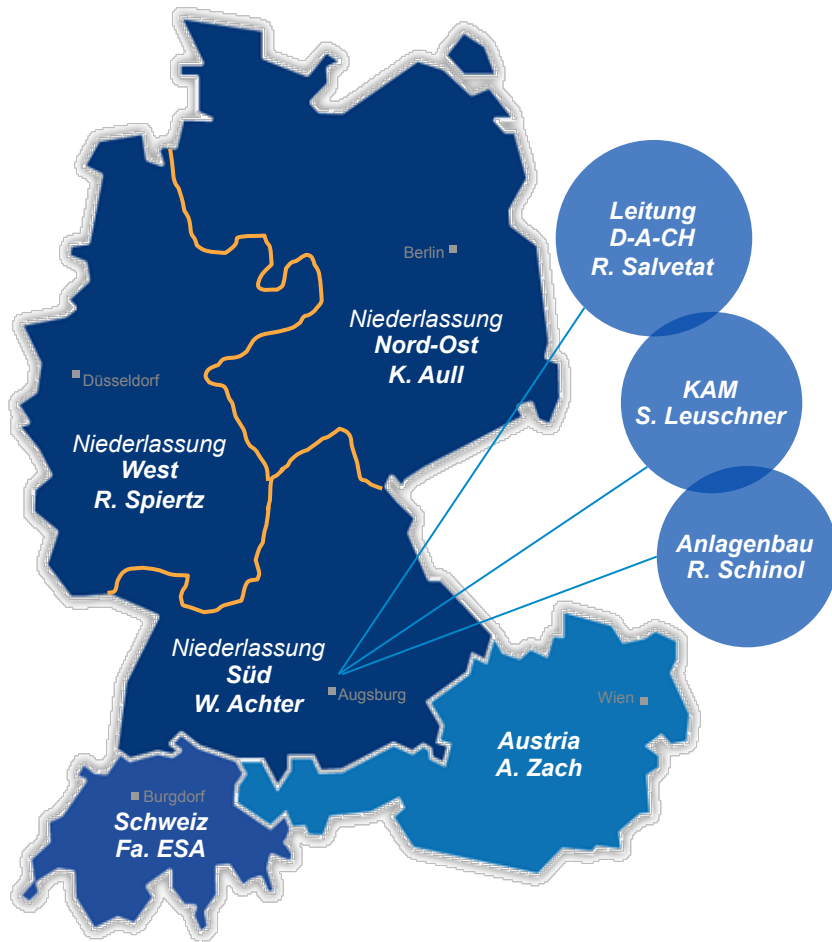


Überblick WashTec

Komplettes Portfolio in Sachen Fahrzeugwäsche:



WashTec – D / A / CH



Ca. 378 Mitarbeiter in der Vertriebs- und Serviceorganisation



Umsatzvolumen ca. 130 Mio €



37 direkte Außendienstmitarbeiter



250 Servicetechniker / Produktspezialisten



Aber nun zum Thema....



Geld Verdienen mit Autowa(ä)schen

Raymond Salvetat, Leiter Vertrieb und Service DACH



Umsatz = Menge * Preis

„Nur“ zwei Multiplikatoren ...

Durchschnitts-
waschpreis



Waschzahl



Beide steigern, aber wie???

In der jüngeren Vergangenheit erfolgreich durch Aufrüstung von Qualität und Einsatz von schnelleren Maschinen

ShineTecs[®]
by auwa


RainTecs
by auwa

Hohe durchschnittliche
Waschpreise durch
einzigartige Chemielösungen


Durchschnitts-
waschpreis



*Autos
pro Stunde*



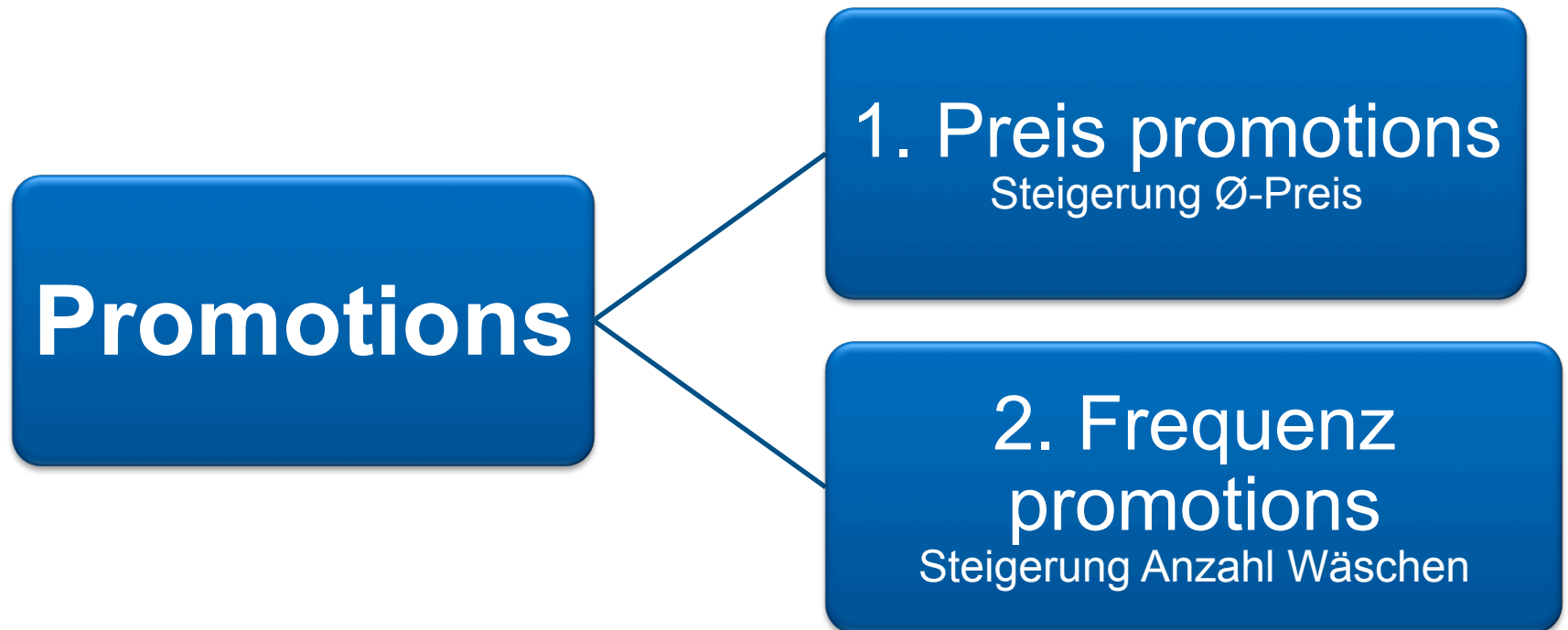
Hohe durchschnittliche
Waschzahlen durch
Express- / Speed -
Lösungen



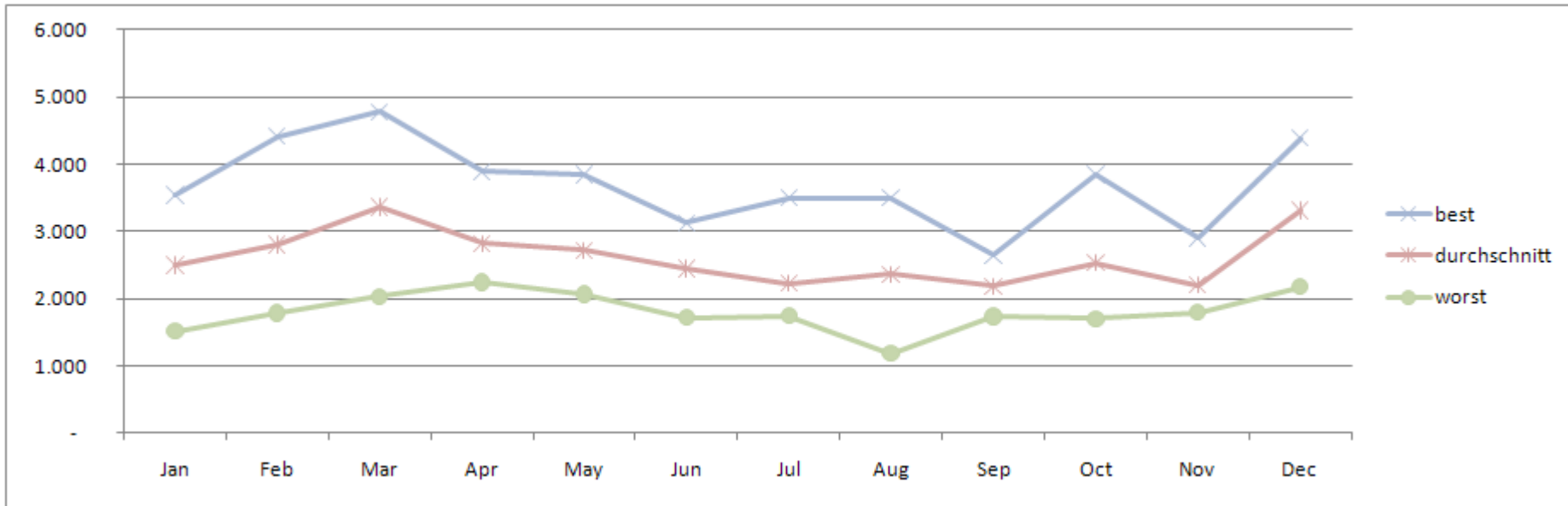
Waschzahl



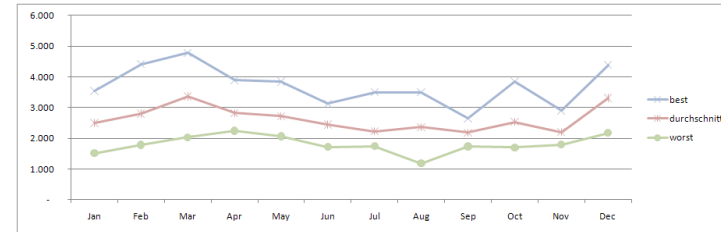
Entsprechend kennt unser Geschäft nur 2 Typen von Promotions



Der Sonnenschlüssel bestimmt, wann welche Promotion zum Einsatz kommt



Erfahrungen aus dem Sonnenschlüssel :



Das erste Quartal ist für den Jahreserfolg existentiell: Was bis Mai nicht gewaschen wurde, wird in der Regel nicht mehr eingeholt.

Die Chancen für hoch frequentierte Standorte sind besonders hoch während der Winter- und Frühlingsmonate und entsprechend niedriger während der Sommermonate

Aus diesem Grunde sollten während der (starken) Winter- und Frühlingsmonate keine Frequenzaktionen (Niedrigpreis oder frequenzsteigernden Verkaufsaktivitäten) gefahren werden. Statt dessen sollte die hohe natürliche Frequenz dazu genutzt werden, den Durchschnittspreis zu steigern (also Preis Promotion gefahren werden)

Die höchsten Durchschnittspreise werden im Winter erzielt, sie sollten nicht durch Sonderangebote zerstört werden.

Die in dieser Periode erzielten Gewinne / Margen lassen sich in den nächsten Monaten nicht mehr kompensieren.



Aber:

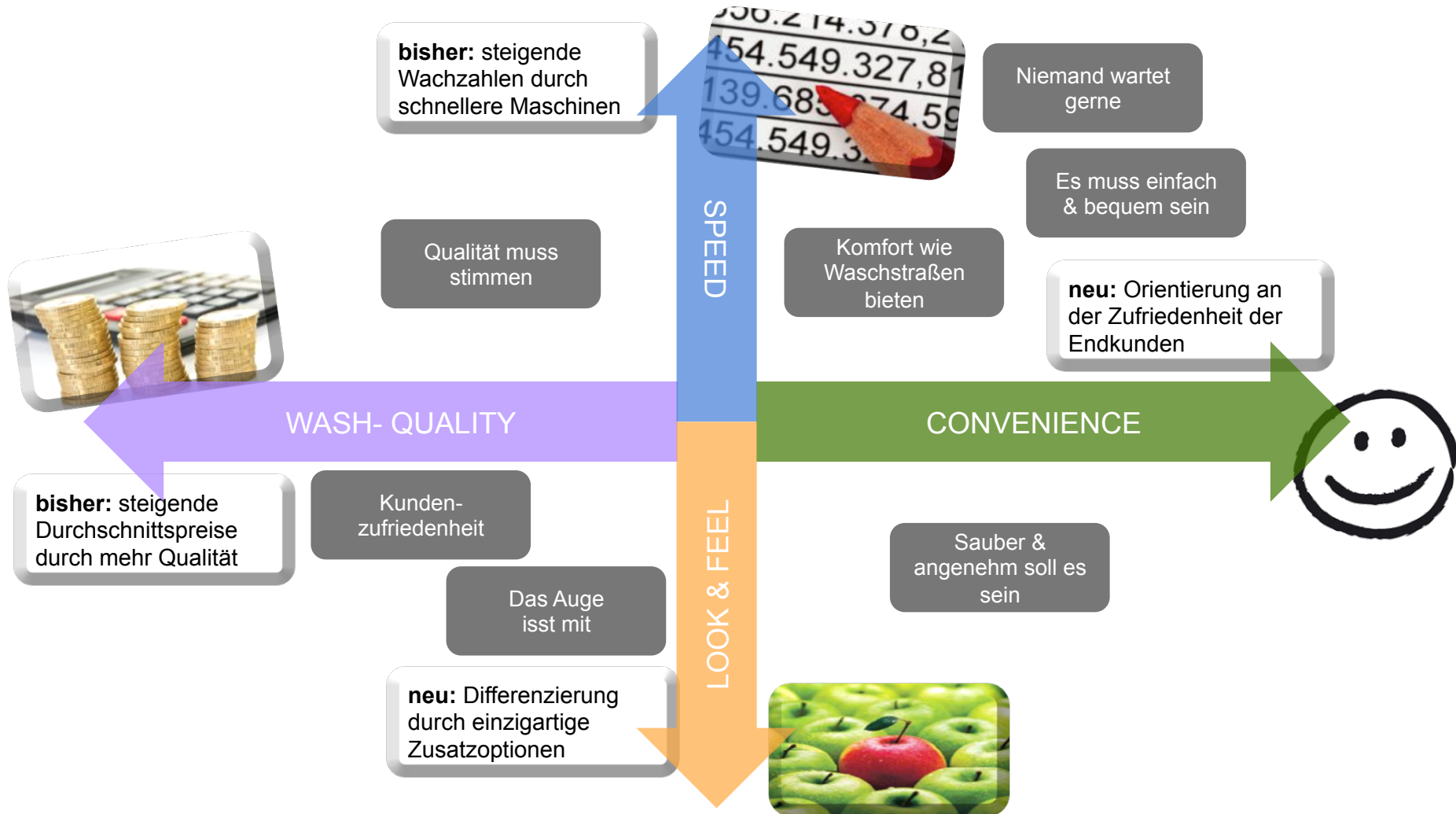
Höhere Durchschnittspreise gehen zu Lasten des Durchsatzes...

- Insektenentferner, Aktivschaum
- ← HD
- Seiten HD, Bürstenwäsche mit Shampoo, Radwäsche, Unterbodenwäsche
- ← Bürstenwäsche ohne Shampoo, Spülung
- Auftrag Polish
- ← Einmassieren mit trockenen Bürsten, Abspülen mit CTH
- Trocknen
- ← Trocknen



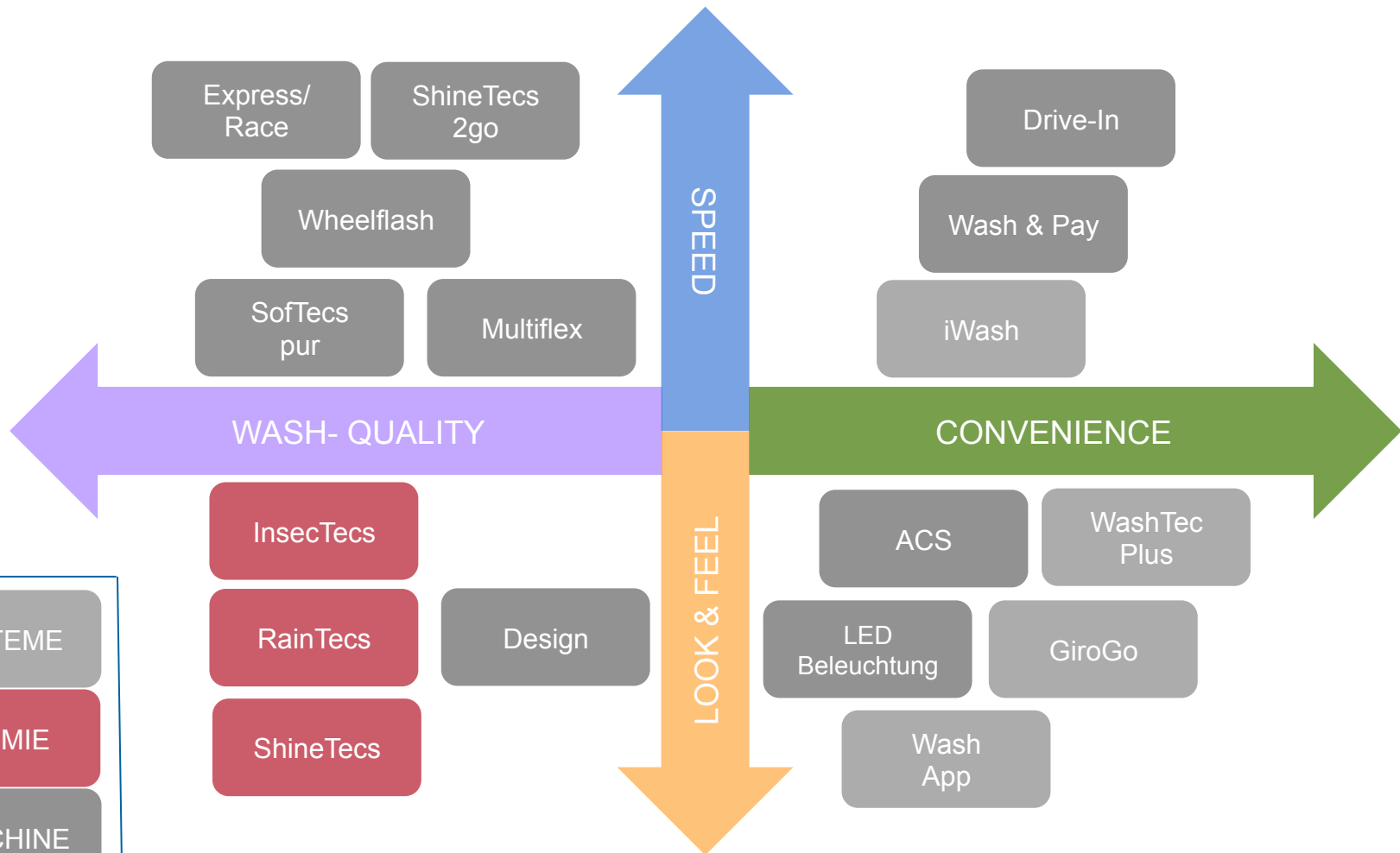
Aus 2 Dimensionen im Autowaschgeschäft werden 4

4 – Dimensions - Model für mehr Kundenzufriedenheit - Innovationsleitlinie



Trends im Autowaschgeschäft


Viele Innovationen wurden und werden entwickelt



SYSTEME

CHEMIE

MASCHINE



Seite 110

Steigerung Ø-Preis/
Differenzierung

Ø 0,50 € Preiserhöhung/Wäsche
bei 600 Wäschen/Monat
= 3.600 € Umsatz/Jahr



Saubere Felgen



Insektenentfernung



Premium Abperleffekt



Autopflege perfekt.



Polish mit Repaireffekt



Qualität



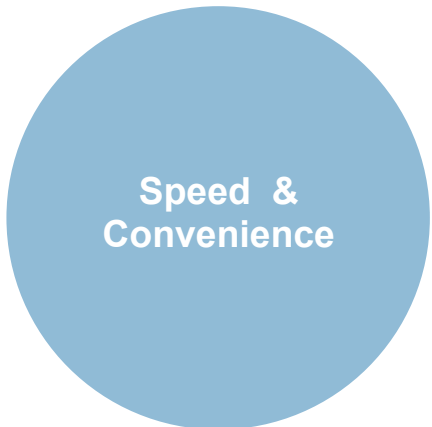
 **WashTec**

Steigerung Waschzahlen

**10% Waschzahlenerhöhung
bei 600 Wäschen/Monat
= rd. 5.370 € Umsatz /Jahr**



Sales- / Marketingaktionen



Schnelle Maschinen



Expressoptionen/
optimierte Programmstruktur



Drive in mit
Stapelverarbeitung

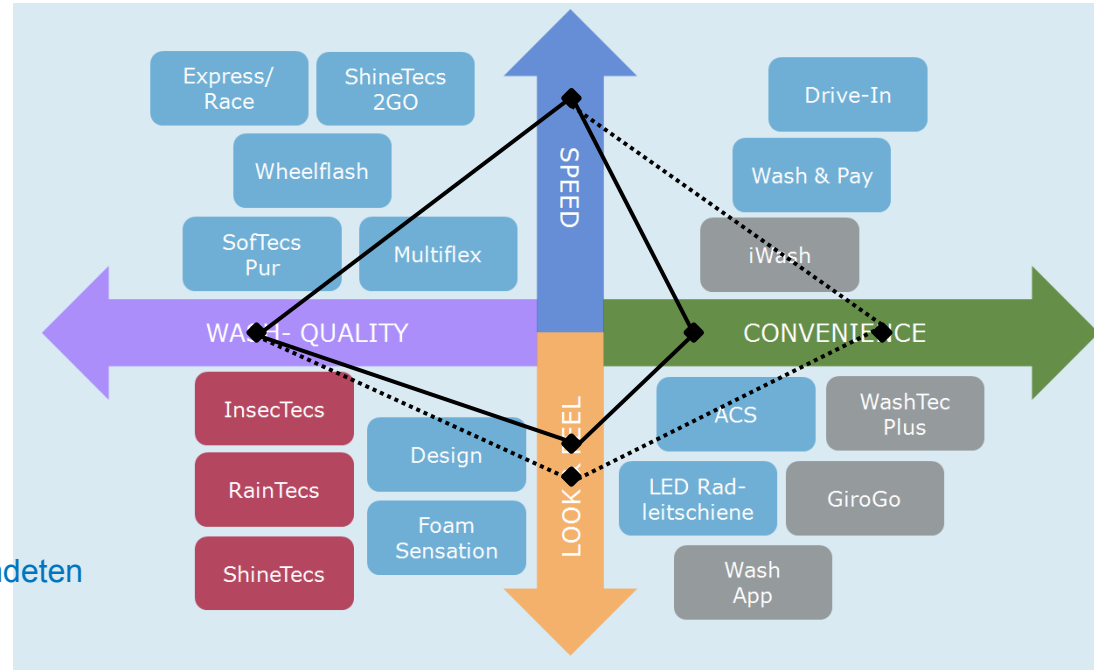


Anwendung der 4 Dimensionen in der Beratung

Beispielszenario

Analyse der Ist-Situation:

- Sie legen Wert auf hohe **Qualität** & besitzen bereits *SofTecs Pur*, *Multiflex*, sowie einige Produkte der *TecsLine*
- ebenso ist **Speed** ein wichtiger Faktor für Sie, weshalb es sich bei der aktuellen Maschine um eine *RACE* handelt
- im Bereich **Convenience** haben Sie aktuell lediglich das Kartuschensystem *ACS* im Einsatz
- die Achse **Look & Feel** wird bei Ihnen bisher durch das *Design Basic* sowie die angewendeten *TecsLine*-Produkte und *ACS* abgedeckt



Daraus resultierende mögliche Empfehlungen:

- die Achsen **Quality** & **Speed** werden durch die aktuellen Lösungen bereits sehr gut bedient
- Fokussierung auf die bisher eher vernachlässigte Achse **Convenience**, durch Anbieten einer überzeugenden Paketlösung bestehend aus *Drive-In* & *Wash&Pay* für *höchstmögliche Kundenzufriedenheit und -bindung*
- bei der ausbaufähigen Achse **Look & Feel** empfehlen wir die *LED Radleitschiene „StarTrak“* sowie *Foam Sensation* als mögliche Optionen zur Unterscheidung vom Wettbewerb

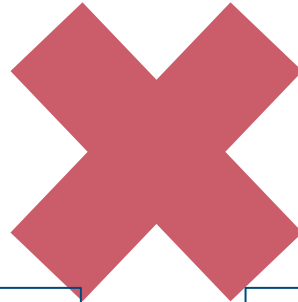


Umsatz = Menge * Preis

aber jetzt mit 4 Multiplikatoren ...

Qualität für hohe
ØPreise

Speed für hohen
Durchsatz



Convenience für
neue und
zufriedenere
Kunden

Look & feel für die
Unterscheidung
zum Wettbewerb





Vielen Dank



www.atg.at/branchentreff