



23. August 2016

## Neue Produkte und Dienstleistungen von Scania: Optimierung der Kunden-Profitabilität im Fokus

- **1.500 Vertriebsmitarbeiter haben an Schulungen teilgenommen, um Kunden mit einer optimierten Kombination aus neuen Produkten und Dienstleistungen zu unterstützen. Das Angebot wird dabei individuell an die Bedürfnisse der Kunden angepasst und zugeschnitten auf deren Geschäftsbetrieb**
- **Vernetzte und optimal spezifizierte Fahrzeuge bilden die Grundlage, um die richtigen Voraussetzungen für nachhaltige Profitabilität und Fahrzeugzuverlässigkeit zu schaffen**
- **Durch neue Vertriebs-Tools erhalten alle Kunden Zugang zu dem Know-how von Scania über ein effizientes Fahrzeugmanagement während des gesamten Lebenszyklus eines Fahrzeugs**

**Die Einführung der neuen Lkw-Baureihe von Scania markiert zugleich den Beginn eines in der Branche am weitesten entwickelten und kundenoptimierten Konzeptes. Damit können jedem Kunden komplett maßgeschneiderte Lösungen – bestehend aus Produkten und Dienstleistungen für spezifische Transportaufgaben – angeboten werden.**

**„Mit der Einführung unserer neuen Lkw-Baureihe bieten wir unseren Kunden eine noch umfangreichere Auswahl an neuen Leistungsstufen sowie Dienstleistungen an. Zudem geben wir unseren Vertriebsmitarbeitern gleichzeitig die fortschrittlichsten Tools für eine noch bessere Profitabilität unserer Kunden an die Hand“, so Christopher Podgorski, Global Senior Vice President, Sales und Marketing Scania Trucks. „Mithilfe unseres umfangreichen Angebots an Produkten und Dienstleistungen erstellen wir optimale individuelle Lösungen, mit denen jeder Kunde seine Profitabilität maximieren kann.“**

Jeder Lkw ist eine Produktionseinheit: Je besser die Spezifizierung für den jeweiligen Einsatzzweck und je besser die Unterstützung durch maßgeschneiderte Dienstleistungen ist, desto rentabler ist die Investition für den Spediteur. Die finanzielle Situation der Transportunternehmer ist von verschiedensten Faktoren abhängig. Einige Faktoren lassen sich relativ leicht steuern, andere wiederum werden durch Umstände beeinflusst, die für Spediteure nicht kontrollierbar sind oder so komplexer Natur sind, dass die Folgen für einen Einzelnen schwer zu erkennen und anzugehen sind.

„Viele Logistikunternehmen arbeiten noch sehr kostenorientiert, wobei die Kosten für die Beschaffung des Fahrzeuges sowie die variablen Kosten, wie z. B. Kraftstoff und Standzeiten, die offensichtlichsten Faktoren darstellen“, erklärt Christopher Podgorski. „Bei diesem Ansatz wird jedoch leicht übersehen, dass das Ertragspotenzial, das im Wesentlichen durch das für seinen Zweck optimierte Fahrzeug bestimmt wird, auch einen großen Einfluss darauf hat, ob das Unternehmen mit der Zeit rote oder schwarze Zahlen schreibt. Die richtige Spezifikation und entsprechende Wartung tragen zur Verfügbarkeit des Fahrzeuges und zu einer effektiven Performance bei. Positiv wirken sich auch Dienstleistungen aus, die mit dem Fahrzeug verlinkt werden können.“



*Mit der Einführung der neuen Lkw-Generation konzentriert sich Scania auch verstärkt darauf, das Angebot optimal auf den einzelnen Kunden abzustimmen. Hierbei wird besonderer Wert auf die Spezifikation des Fahrzeuges gelegt und mit Dienstleistungen aus dem umfassenden Portfolio von Scania kombiniert. Dadurch werden für jeden Kunden die Voraussetzungen geschaffen, damit sich seine Investition bezahlt macht.*

Ausgangspunkt für Scania ist die Gesamtwirtschaftlichkeit (Total Operating Economy, TOE). Der Unterschied zwischen TOE und den herkömmlichen Gesamtbetriebskosten (Total Cost of Ownership, TCO) – bei denen nur die Kostenseite betrachtet wird – besteht darin, dass bei Letzteren auch die Einnahmenseite einen Einfluss auf die finanzielle Situation eines Transportunternehmers hat. Die Art der Berechnung für einen Transportauftrag (nach Gewicht, Zeitaufwand, Kilometern usw.) ist ein gutes Beispiel für einen Faktor, der bei der Spezifizierung des Fahrzeuges sowie entsprechender Dienstleistungen unbedingt berücksichtigt werden muss.

Scania hat sein komplettes Know-how über Lkw, optimierte Transportlösungen, Branchenbedingungen und tatsächliche Kundenbedürfnisse in das neue, eigenständig entwickelte Vertriebsunterstützungssystem einfließen lassen. Diese Toolbox ist durch

jahrelanges Zusammentragen, Analysieren und Konsolidieren von Wissen, Erkenntnissen und Kundenbedürfnissen in Bezug auf die globale, vielfältige Transport- und Lkw-Industrie entstanden.

„Die Grundlage hierfür liefern das enorme Know-how, über das Scania im Güterverkehr und Transportgewerbe verfügt, unser modulares System und die Daten von mehreren Zehntausend Fahrzeugen, die bereits mehr als zehn Jahre im Einsatz sind“, erläutert Christopher Podgorski. „Hinzu kommen Studien innerhalb der Branche, Kundenbefragungen und Marketing-Workshops, die in engem Dialog mit unseren bestehenden Kunden durchgeführt und ausgewertet wurden. Das Ergebnis ist ein bei Scania einmaliges Instrumentarium. Dieses ermöglicht unseren Vertriebsmitarbeitern – unabhängig von Markt- und Kundenanforderung – den Zugang zu Fachwissen, durch das sie nicht nur einen Lkw, sondern auch eine maßgeschneiderte Lösung anbieten können. Diese bietet unseren Kunden Potenzial für eine hohe Profitabilität. Wir wissen, dass Transportunternehmen einem enormen Druck ausgesetzt sind. Scania unternimmt daher noch größere Anstrengungen, um ihnen genau die richtige Lösung an die Hand zu geben.“



*Die Lösungen von Scania kombinieren das gesammelte Know-how über Lkw mit verschiedensten Transportlösungen und deren spezifischen Eigenschaften. Indem wir uns anhand von Erfahrungen, Betriebsdaten und Marktkenntnissen auf die speziellen Bedürfnisse eines jeden Kunden fokussieren, weisen die Lösungen von Scania einen konkreten Mehrwert für den Kunden auf.*

### **Keine Einheitslösungen**

Wie wichtig es ist, ein komplett optimiertes Fahrzeug zu konzipieren und entsprechend geeignete Dienstleistungen anzubieten, wie z. B. Finanzierung, Wartungsverträge oder Fuhrparkmanagement-Dienstleistungen, kann in der heutigen wettbewerbsorientierten Transportindustrie nicht hoch genug eingeschätzt werden. Scania war einer der Pioniere bei der Vernetzung von Lkw, um u. a. Verfügbarkeit und

Nutzung zu optimieren. Heute sind mehr als 200.000 vernetzte Scania Lkw in Europa unterwegs.

„Durch das Angebot, das Scania nun einführt, erhalten alle unsere Kunden eine noch bessere Unterstützung, damit sich ihre Investition bezahlt macht“, meint Christopher Podgorski. „Unser Produktportfolio mit entsprechenden Dienstleistungen stellt – in Verbindung mit dem Rüstzeug, das wir uns für die Unterstützung unserer Kunden angeeignet haben – eine bedeutende Entwicklung in unserer Branche dar. Scania bietet Kunden jetzt eine noch bessere Unterstützung, wenn es um das einzige Business geht, das zählt: das des Kunden.“

**Weitere Informationen erhalten Sie von:**

Örjan Åslund, Head of Product Affairs, Scania Trucks.

Tel. +46 (0)70 289 8378, E-Mail: [orjan.aslund@scania.com](mailto:orjan.aslund@scania.com)