



Alpha Online gehört zu den Unternehmen Deutschlands, die sich am besten um ihre Kunden kümmern

Alpha Online Spitzenreiter bei Online-Handelssystemen

Hamburg, 3. Juni 2009 - Beim Wettbewerb 'Deutschlands kundenorientiertestes Dienstleistungsunternehmen' schaffte die Alpha Online Service GmbH auf Anhieb den Sprung unter die Top 25 und schnitt als bestes B2B-Unternehmen für Online-Handelssysteme ab. Außerdem wurde Alpha Online als bestes Unternehmen in der Kategorie 'Fairness' ausgezeichnet.

Wir sehen uns darin bestätigt, partnerschaftlich und mit innovativen Lösungen auf die Belange unserer Kunden einzugehen, sagt Olaf Bock, Gründer und geschäftsführender Gesellschafter der Alpha Online Service GmbH. Das führende Unternehmen für Online-Auktionssysteme und Managementprozesse bei der Gebrauchtwagenhereinnahme wird aus Sicht der eigenen Kunden höher bewertet als die Top-10-Unternehmen wahrgenommen werden.

Alpha Online betreibt individuelle Online-Auktionsplattformen für große Automobilhändler und -hersteller, Immobilienversteigerungen sowie die offene Auktionsplattform haendler-kfz.de.

Der AlphaController ist ein EDV-gestütztes Managementwerkzeug, mit dem alle Abläufe der Gebrauchtwagenhereinnahme sauber strukturiert werden können und der jeweilige Status eines Fahrzeugs transparent abgebildet wird. Dies umfasst eine detaillierte Schadenaufnahme, Gebrauchtwagenpreisermittlung, Organisation der Hereinnahme und ggf. Aufbereitungsmanagement. Die Abwicklung erfolgt über eine elektronische Fahrzeugakte, die über die einzelnen Stationen vervollständigt wird. Der AlphaController reduziert die Risiken einer Falschbewertung deutlich und ermöglicht den Fahrzeughändlern eine Prozess- und Erläsoptimierung.

Bei der Untersuchung wurde das 7 K-Modell aus der Customer-Value-Forschung der Universität St. Gallen genutzt, bei dem sieben Dimensionen der Kundenorientierung bewertet werden: die Kundenorientierung vom Management bis zum Angestellten, Konfiguration (Abgleich der Marktleistung mit den Kundenbedürfnissen), die Kommunikation mit dem Verbraucher, die Kommerzialisierung (Fokussieren auf Erfolg versprechende Kunden), die Kompetenz, Kooperationen zur Erweiterung des Leistungsangebots und die tägliche Kontrolle der Servicequalität.

Die Initiatoren des Wettbewerbs (Handelsblatt, Universität St. Gallen, ServiceRating und steria mummert consulting) gehen seit drei Jahren der Frage nach: Wie kundenorientiert sind Deutschlands Dienstleister tatsächlich und was ist ihr Erfolgsrezept? Die teilnehmenden Unternehmen füllten hierzu einen umfangreichen Managementfragebogen aus und mehr als 8.000 Kunden wurden befragt. Die Teilnahme ermöglicht es, über Branchengrenzen hinweg die Kundenorientierung des Unternehmens kritisch zu hinterfragen und zu optimieren.