

Den Kunden im Blickpunkt – Der Weg zu einem neuen Dealer Management System (DMS)

Georg Molinari
Geschäftsführer
Toyota Informations-Systeme

Agenda



- 1. Toyota allgemein**
- 2. Ausgangssituation DMS @ Toyota**
- 3. Das Projekt newTrax**
- 4. Learnings**
- 5. Nächsten Schritte**

1. Toyota allgemein

TOYOTA weltweit



316.121 Mitarbeiter

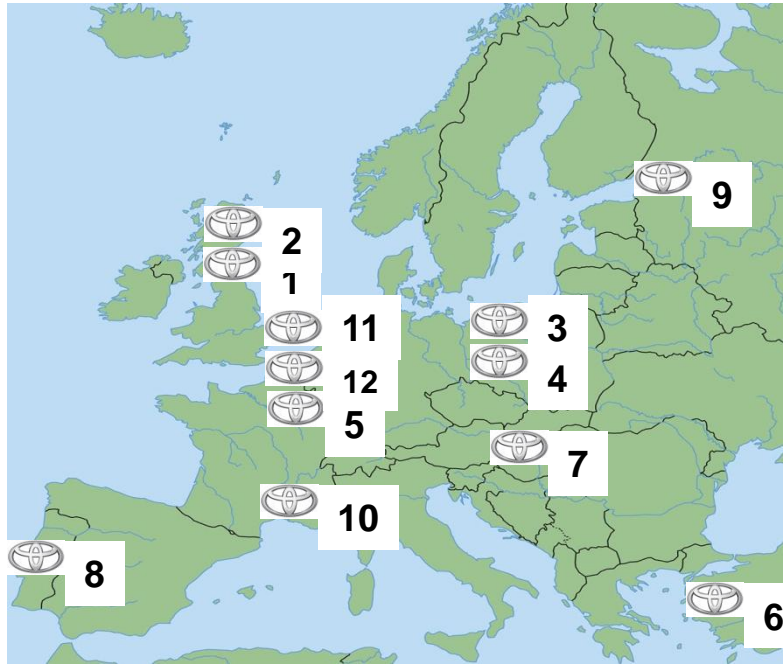
65 Werke in

27 Ländern

Ca. 8,4 Millionen Fahrzeuge 2010

>170 Länder Verkauf

Produktion in Europa

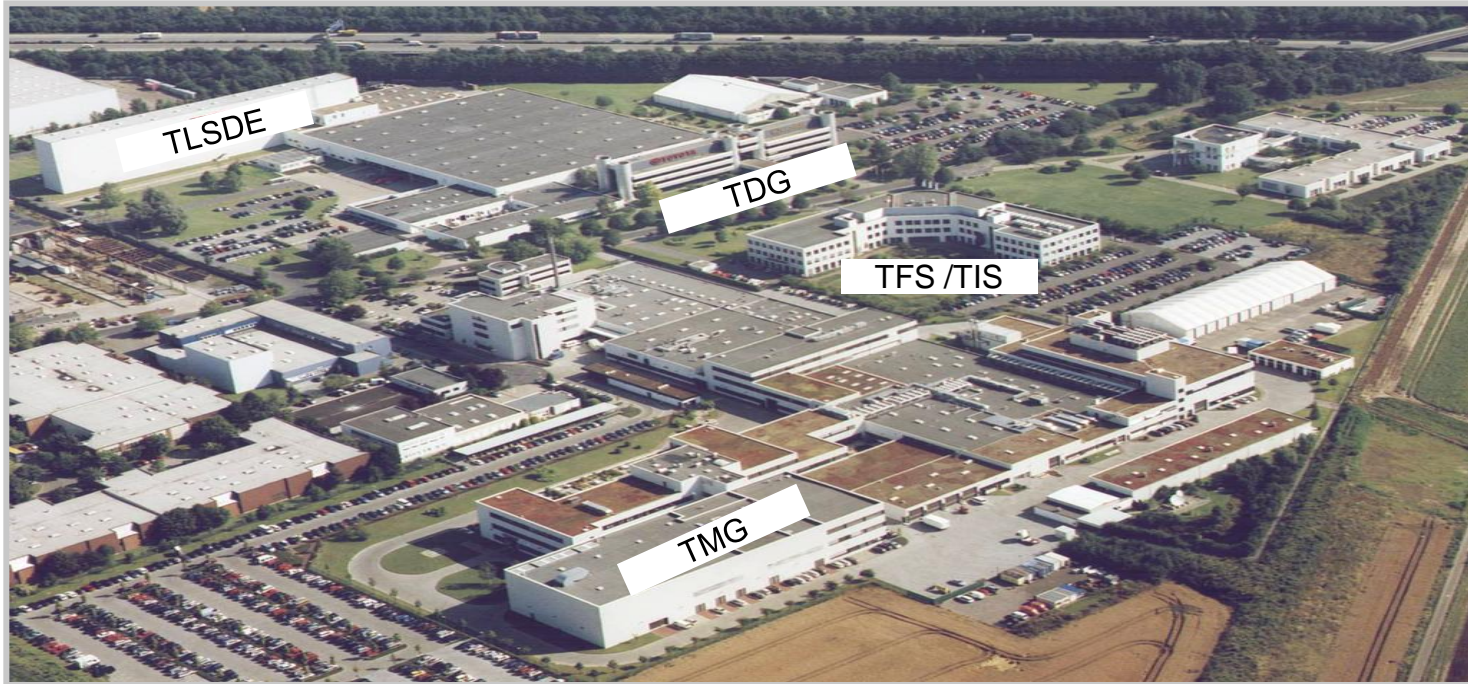


- 1) Burnaston PKW
- 2) Deeside Motoren
- 3) Walbrzych Motoren/ Getriebe
- 4) Jelcz Laskowice D4-D Motoren
- 5) Valenciennes PKW/ Motoren
- 6) Gidapazari PKW
- 7) Kolin PKW
- 8) Portugal LKW/ Busse
- 9) St. Petersburg PKW
- 10) Nizza Designcenter
- 11) Zeebrügge Hafen
- 12) R&D Zaventem

TOYOTA in Deutschland



TOYOTA



1. TOYOTA allgemein

Nichts ist
unmöglich.
Toyota.

TOYOTA gestern und heute



Gestern:

- Gründung als „Deutsche Toyota Vertriebs GmbH“ in Köln in 1971
- 7 Mitarbeiter begannen mit dem Vertrieb von Corolla and Carina

1971: **883** verkaufte Einheiten



1972: **10.000** verkaufte Einheiten

- 1974: Übernahme durch Toyota Motor Corporation (TMC)
- 1976 Umbenennung in „Toyota Deutschland GmbH“ (TDG)

Heute:

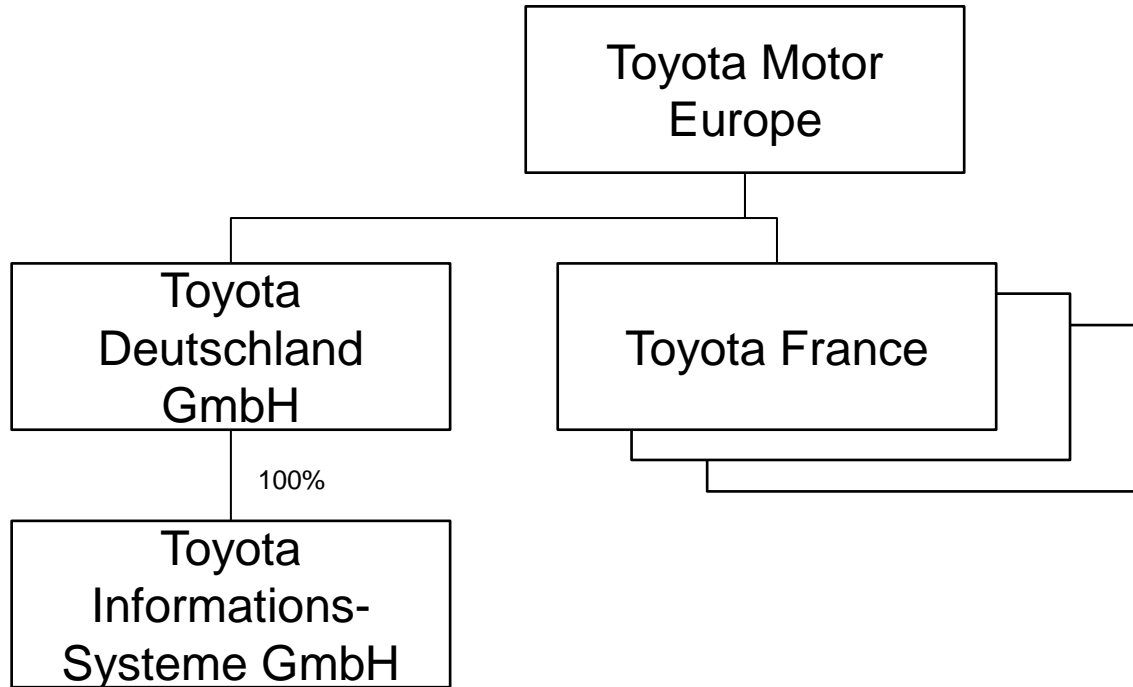
- 300 Mitarbeiter bei TDG
- rund 1.000 Mitarbeiter in Deutschland (TDG, TKG, TIS, TMG & TLSDE)

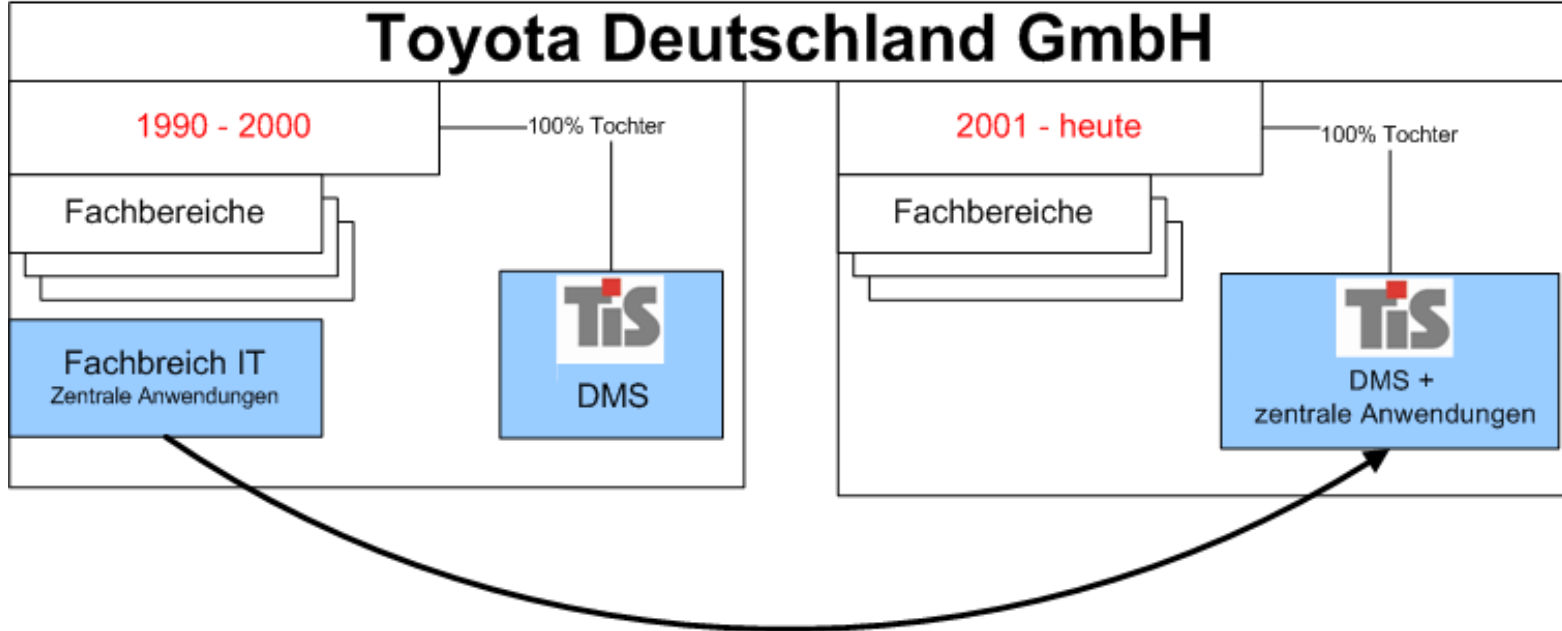
TOYOTA Händlernetz



- 594 Händlerbetriebe (+ 140 Servicehändler)
- 2 stufiges Händlernetz
 - 101 Gruppen/Direkthändler mit
 - 493 Partnerhändler
- Keine Niederlassungen
- rund 10.000 Beschäftigte im Handel

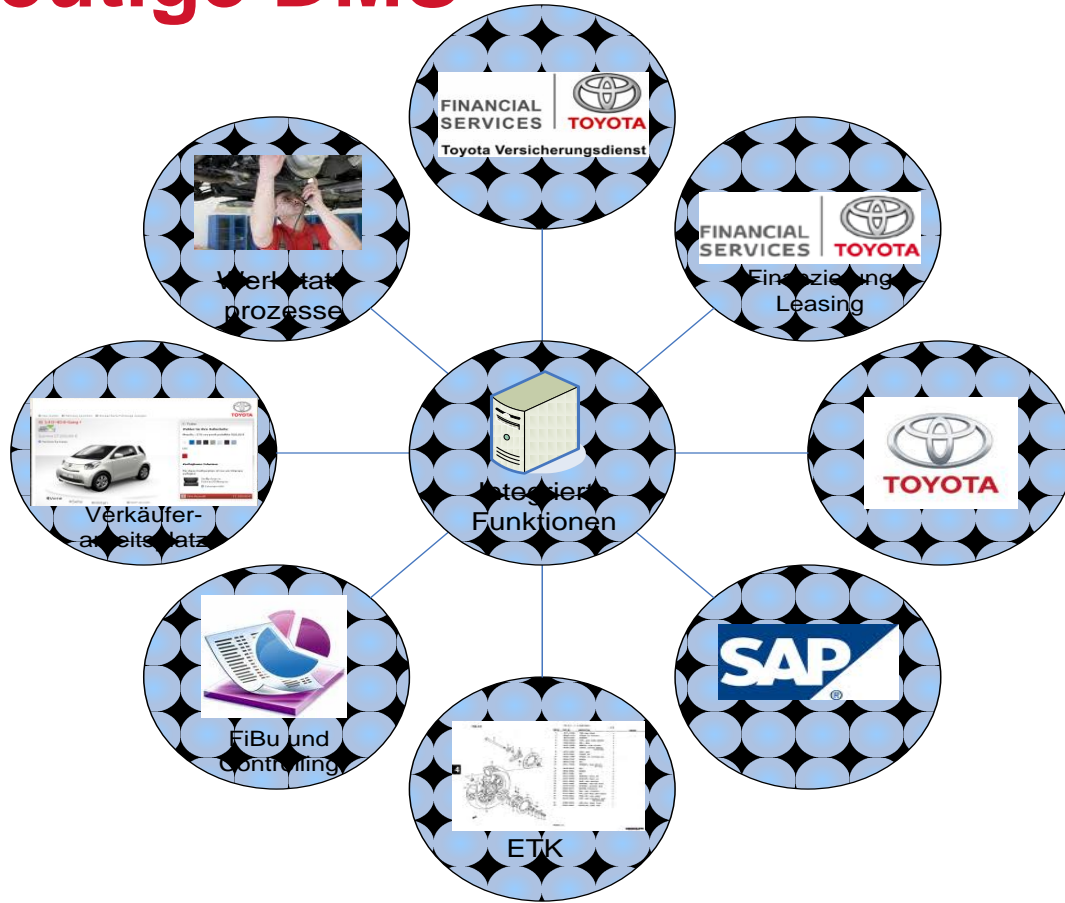
1. TOYOTA allgemein





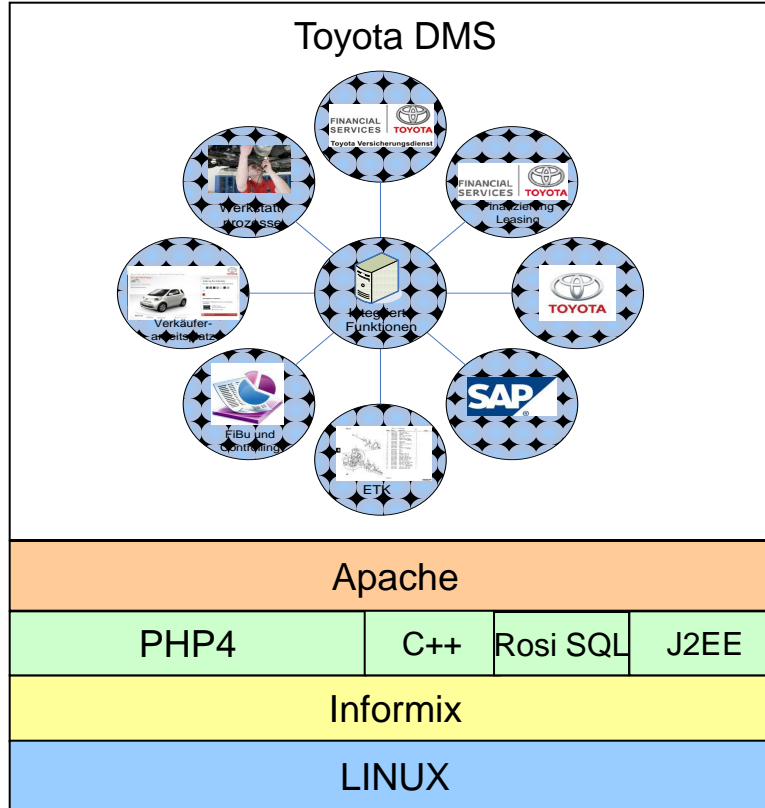
2. Ausgangssituation DMS @ Toyota

Das heutige DMS



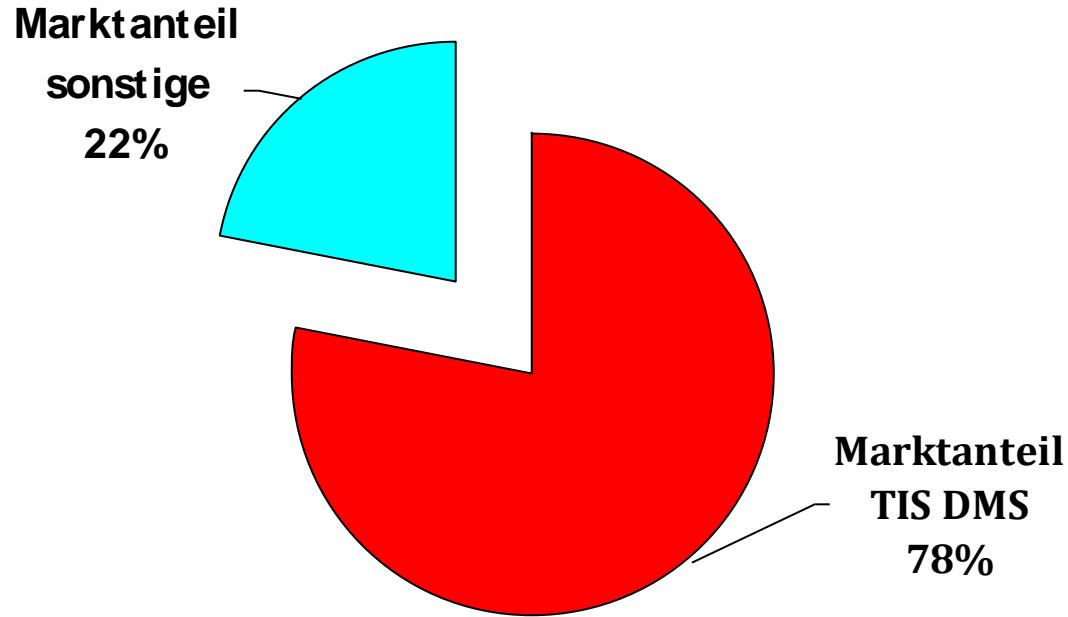
2. Ausgangssituation DMS @ TOYOTA

Das heutige DMS



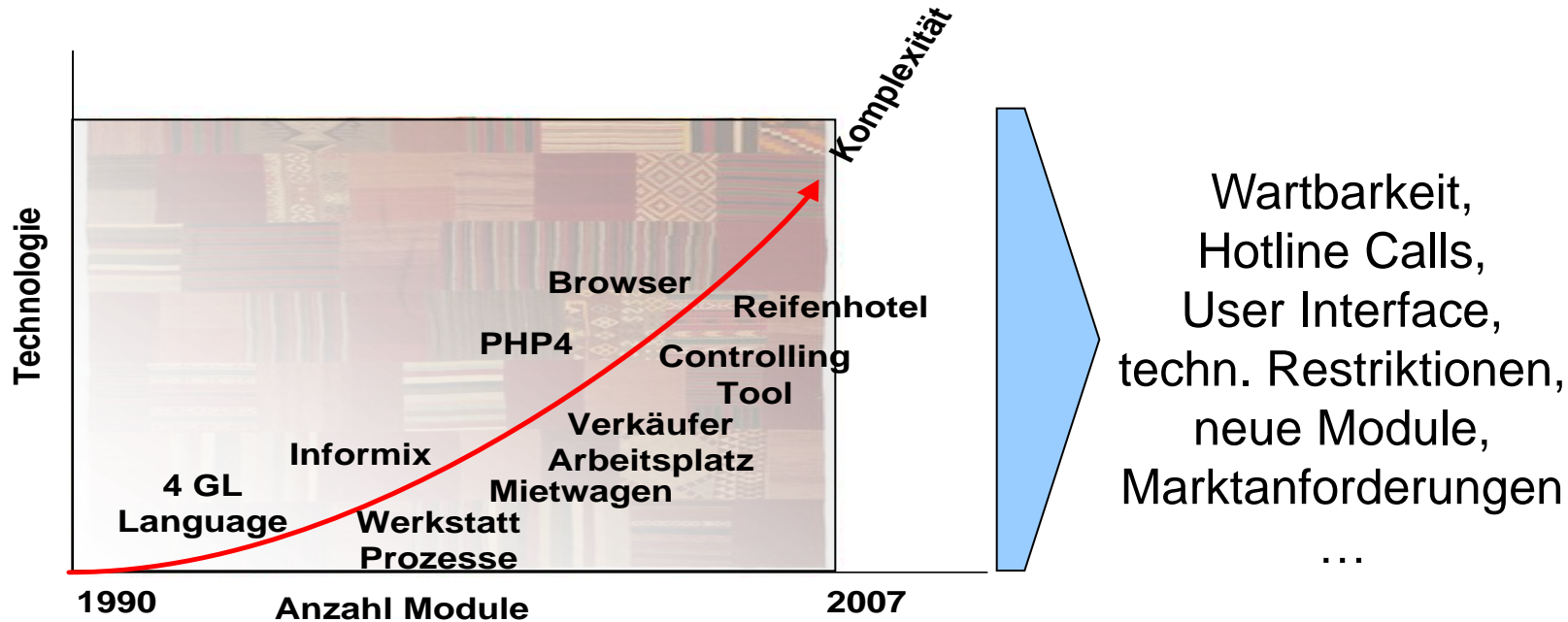
2. Ausgangssituation DMS @ TOYOTA

Das heutige DMS



2. Ausgangssituation DMS @ TOYOTA

Die Historie



3. Das Projekt newTrax

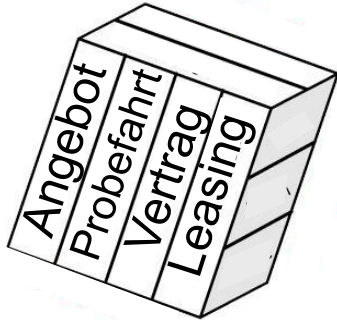
Das Projektziel



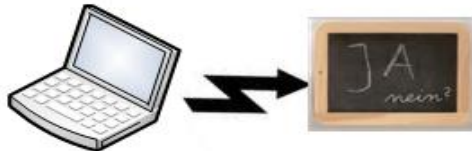
Einfacher, geringere Komplexität, intuitive Bedienbarkeit, nur relevante Infos anzeigen



Neue Technologien und Konzepte (LAMP Konzept, Notification Service)



Flexibel konfigurierbare Workflows (Verkauf, Werkstatt)



Kein Medienbruch

Die Rahmenbedingungen

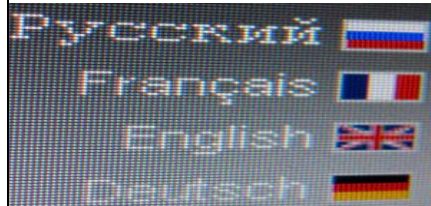
Open Source



Adobe Flash
Builder



Mehrsprachigkeit



Mehrmarken-
fähigkeit



Externe, integrierte
FiBu



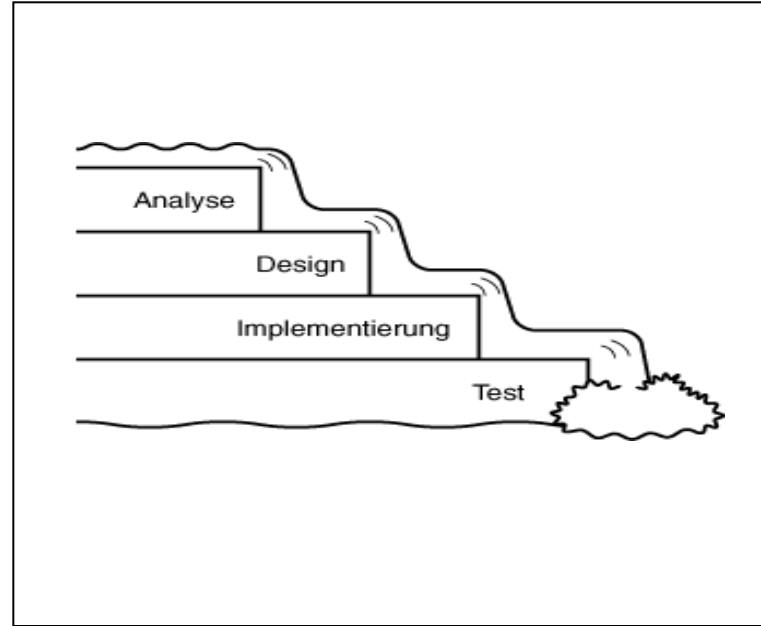
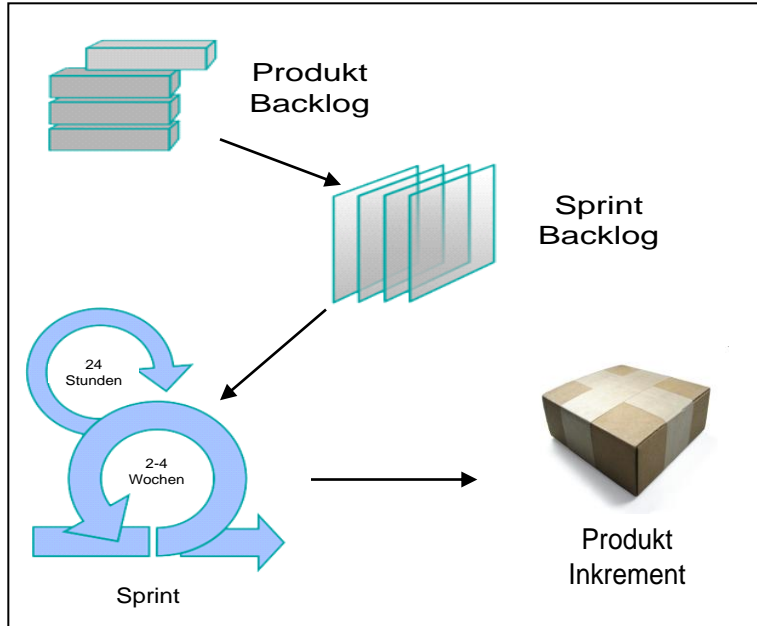
Die agile Methode

Paradigmenwechsel (Kulturschock)

Scrum

vs

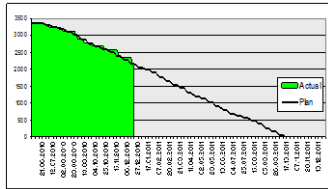
Wasserfall



Die agile Methode



Pair Programming



Burn down chart

ID	Description	Sprint#	1	2	3	4	5	6
	Effort needed for Release 1 as in the beginning of the sprint		90	70	54	0	0	0
1	Set up continuous integration system		5	0	0	0	0	0
2	Create compilable application skeleton		5	0	0	0	0	0
3	Display current temperature in a simplest possible way		13	0	0	0	0	0
4	Set up the web server for sending weather data		3	0	0	0	0	0
5	Implement stubby WeatherML support on the server side		13	0	0	0	0	0
Sprint 1	Make sample data go from server to device							
6	Graphics support on the client side		20	0	0	0	0	0
16	Make the graphics library draw some icon and sample temperature text			13	0	0	0	0
17	Draw the real weather screen			8	0	0	0	0
7	Implement support for several days		8	8	0	0	0	0
8	Implement support for rain, snow, etc. icons		2	2	0	0	0	0

Backlog

Die Projektphasen



TOYOTA

2007	Make or Buy Untersuchung Proof of concept
2008	2 / 2008 Entscheidung für eigenes DMS
	Framework Erstellung
2009	Händlerbesuche / Workshops
	User stories
2010	Entwicklung
	Händlerbesuche / Workshops
2011	Pilot Installationen
	Roll-Out Vorbereitungen
2012	Roll-Out

3. Das Projekt newTrax

Nichts ist
unmöglich.
Toyota.

Den Kunden im Blickpunkt

„Der Wurm muss dem Fisch und nicht dem Angler schmecken“



115 Händlerbesuche bisher



2 durchgeführte Händler Workshops, 5 interne Workshop (bis jetzt)



Gemeinsam erstellte User stories

Den Kunden im Blickpunkt

„Der Wurm muss dem Fisch und nicht dem Angler schmecken“



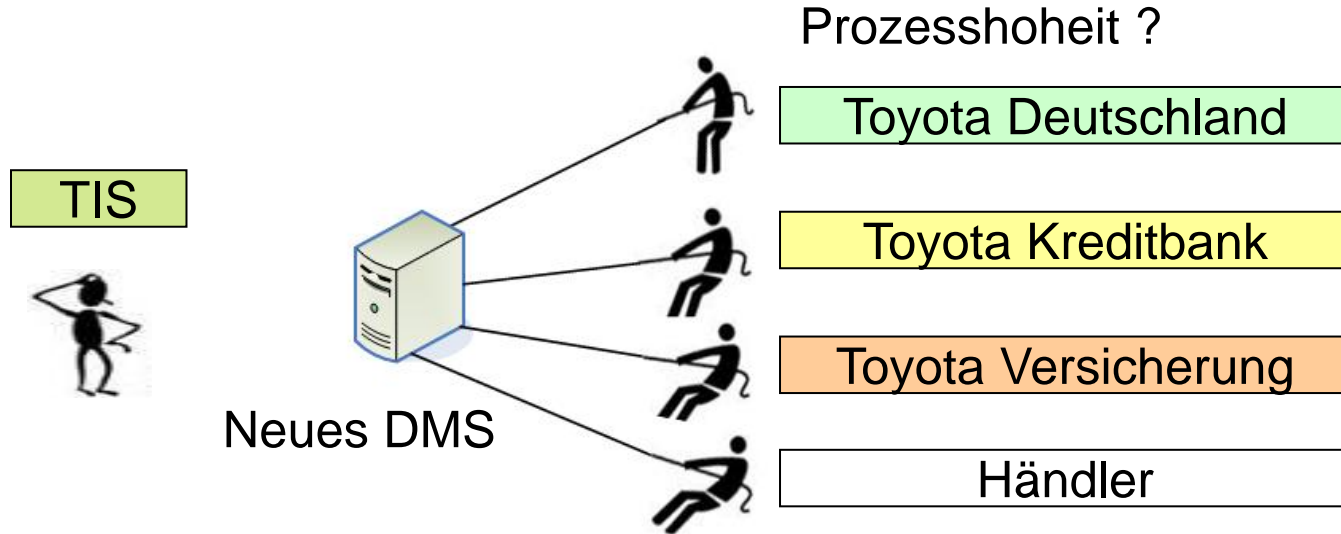
Einrichtung von newTrax.de (Projektinfo und Forum)



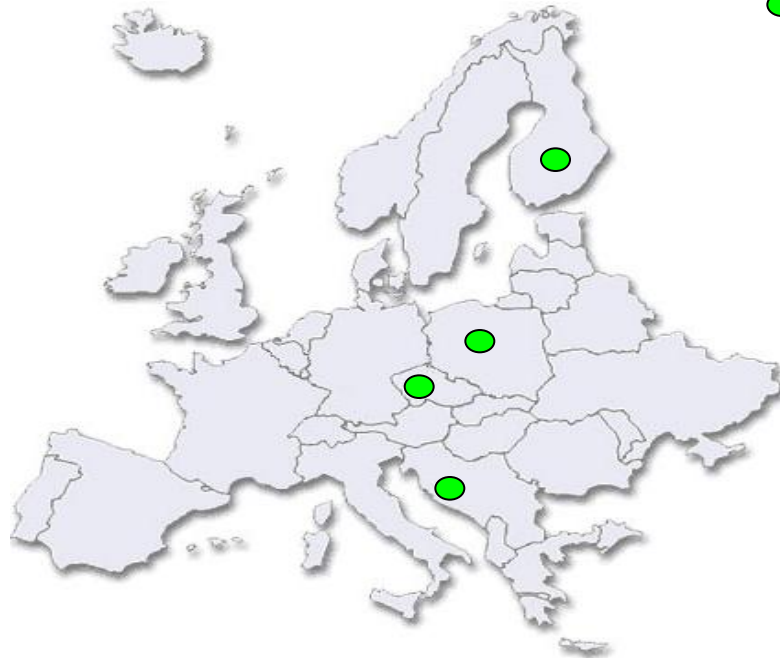
Click-dummy (Prototyp)

Den Kunden im Blickpunkt

Konfliktpotential: Anforderungsmanagement



Weitere Kunden im Blickpunkt



- Interesse von anderen Toyota Gesellschaften

4. Learnings

Zwischenbilanz



- Keine Kompromisse eingehen, die zur Vermischung von Methoden führen
- Internes Marketing der IT
- Hohe Akzeptanz der Vorgehensweise bei den Händlern
- Großes Engagement der Händler
- Hohe Erwartungen vom Handel
- Zuhören, Nachfragen, Verstehen, Umsetzen
- Headquartersyndrom vermeiden

5. Die nächsten Schritte

Die Jahre 2011 und 2012



Anwendung fertig stellen



Road Show für Händler
ab Q3/Q4 2011



Roll-Out ab 04/2012

5. Nächsten Schritte

**Vielen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit**