

Kundenbindung einfach gemacht

Das Geheimnis der Kundenbindung - so funktioniert es!

Gutes Marketing ist das A und O in der Kundengewinnung. Um Bestandskunden erfolgreich zu binden, musst Du Dich zuerst auf die Gewinnung neuer Kunden konzentrieren. Sucht ein Kunde Deine Werkstatt

auf, hast Du die erste Hürde genommen und stehst nun vor der Herausforderung, den / die Kunden an Dein Unternehmen zu binden. Wie funktioniert das und was kostet das?



Die Herausforderung der Neukundengewinnung meistern

Fakt ist: Mit hochwertiger Werbung, Anzeigen in Zeitungen und Social Media Marketing machst Du auf Dich aufmerksam. Hinweisschilder mit dem Logo der Werkstatt an viel befahrenen Straßen, Autowerbung und personalisierte Kleidung mit Deinem Firmenlogo sind ebenfalls effektiv. Als Sponsor von Veranstaltungen und Vereinen kannst Du Deine Werkstatt in den Fokus stellen und Dir sicher sein, dass Du im Anschluss einige neue Erstkunden hast.

Die beste Werbung ist Mundpropaganda. Um davon zu profitieren, braucht Deine Werkstatt einen kundenorientierten Service und sollte sich in puncto Freundlichkeit, Kostenfaktor und Leistungen von der Konkurrenz abheben. Tipp: Kleine Arbeiten kannst Du auch mal „umsonst“ vornehmen. Sei Dir sicher, dass der Kunde wieder zu Dir kommt, wenn er das nächste Mal eine größere Reparatur durchzuführen hat.

Tipps für die Kundenbindung in Deiner Werkstatt



Sei freundlich und gib dem Kunden ein gutes Gefühl

Sicherlich sind günstige Preise für viele Kunden ein hauptsächlichlicher Entscheidungsgrund. Doch ein freundlicher Chef und ebenso freundliche Mechaniker sind Gold wert. Um zu erreichen, dass Deine Kunden wiederkommen und dass sie Deine Werkstatt empfehlen, brauchst Du ein freundliches Lächeln und gute Laune (auch wenn Du mal einen „schlechten Tag“ hast). Freundlichkeit ist ein Türöffner und das günstigste Tool, um neue Kunden zu gewinnen und den Grundstein dafür zu legen, dass sich Deine Werkstatt als gute Wahl herumspricht.



Umfassende und verständliche Informationen

Der Mechaniker ist der Spezialist und der Kunde kommt zu Dir, weil er Unterstützung oder einfach nur eine ausführliche Information benötigt. Eine gute Werkstatt erkennt man daran, dass der Kunde über alle notwendigen und empfohlenen Arbeiten informiert wird. Dazu gehört auch, dass Du Gründe nennst und dass Du die ungefähren Kosten ansprichst. Gib einem Kunden niemals das Gefühl, dass er keine Ahnung hat und dass man in der Werkstatt schon das Richtige tun wird.



Folgende Informationen sind zur Vertrauensbildung und damit im Rahmen der Kundenbindung wichtig.

- Welche Arbeiten am Fahrzeug werden gemacht und warum sind sie nötig?
- Mit welchen Kosten sollet der Kunde (ungefähr) rechnen?
- Wie lange dauert die Reparatur höchstens?
- Wenn verfügbar: Braucht der Kunde einen Leihwagen?

Umfangreiche Informationen sind wichtig für den Kunden, denn er muss die Reparatur zeitlich und finanziell einplanen. Fühlt er sich gut informiert und begegnest Du ihm mit Fairness, vertraut er Dir und der Schock einer unerwartet hohen Rechnung bleibt aus.

Tipp: Sollte sich im Verlauf der Reparatur ein zusätzlicher Kostenfaktor ergeben, rufst Du den Kunden an und fragst, ob die nicht besprochene Instandsetzung (und zu welchem Preis) gleich mit erfolgen soll. Grundsätzlich solltest Du den Kunden anrufen, sobald sich eine Veränderung ergibt. Dabei hältst Du Dich an vereinbarte Zeiten und bist verlässlich. Muss ein Kunde mehrfach in der Werkstatt anrufen und bekommt nur unverbindliche Aussagen, wird er nach der Abholung seines Fahrzeugs nicht wiederkommen.



Frage Deinen Kunden nach seiner ehrlichen Meinung

Die Reparatur ist erfolgt und die Rechnung ist erstellt. Holt der Kunde sein Auto ab, nimm Dir die Zeit, ihn nach seiner Meinung zu fragen und Dich zu erkundigen, ob er mit dem gesamten Ablauf zufrieden ist. Auch wenn Du in Einzelfällen eine Kritik bekommst, hilft Dir die Befragung dabei, Dich zukünftig noch besser auf Deine Kunden einzustellen und zu wissen, was in diesem Fall suboptimal gelaufen ist. Dazu kommt, dass sich Dein Kunde wertgeschätzt und ernst genommen fühlt. Bekommst Du ein Lob, motiviert es Dich und Du weißt, dass Du alles richtig gemacht hast. Auch auf Deinen Kunden wirkt sich die Befragung positiv aus. Denn wenn er seine Meinung ausspricht, manifestiert er sie und wird sich selbst darüber bewusst, dass er mit der Leistung und mit Deinem Kundenumgang zufrieden ist.



Nimm einen Kunden nie als Selbstverständlichkeit an

Ein Dankeschön auf der Rechnung ist in Werkstätten üblich, doch es reicht nicht aus. Denn was den Kunden auf seiner Rechnung wirklich interessiert ist der Gesamtbetrag. Kaum jemand macht sich die Mühe, den Standardtext zu lesen. Bedankst Du Dich persönlich und bist dabei aufrichtig, hat das eine ganz andere Wirkung und sichert Dir Folgeaufträge. Diese kleine Aufmerksamkeit, die Dich nur wenige Sekunden Deiner Zeit kostet, erzielt eine große Wirkung. Mit Deinem persönlichen Dankeschön zeigst Du, dass Du den Weg des Kunden in Deine Werkstatt nicht als Selbstverständlichkeit betrachtest und dass Du Dich darüber freust, dass er Dich gewählt hat.



Die persönliche Note macht den Unterschied

Es gibt viele Wartungsarbeiten, die in regelmäßigen Intervallen durchgeführt werden müssen. Wenn Du Deine Bestandskunden freundlich daran erinnerst, kannst Du Dir sicher sein, dass die Botschaft ankommt. Dabei kannst Du Dich nach Belieben für eine E-Mail, eine SMS oder eine WhatsApp Nachricht entscheiden. Auch Anrufe und schriftliche Erinnerungen in der Post sind Möglichkeiten, die heute allerdings seltener gewählt werden. Allein durch diese Erinnerungen nimmt der Kunde Deine Werkstatt als Helfer wahr und freut sich darüber, dass er dank der Erinnerung keinen wichtigen Termin verpasst.



Was würdest Du erwarten?

Der beste Tipp in der Bestandskundenbindung ist der, dass Du Deine Kunden so behandelst, wie Du selbst behandelt werden möchtest. Kommst Du mit einem platten Reifen in die Werkstatt, wirst sofort dran genommen und hältst in der Wartezeit einen frischen Kaffee in der Hand, hast Du sicherlich einen positiven Eindruck. Stimmt dann auch noch die Rechnung, ist die Wahrscheinlichkeit, dass Du wiederkommst, groß. Die am besten besuchten Werkstätten sind die, in denen sich ein Kunde fair behandelt und wertgeschätzt fühlt. Das kannst Du ganz einfach erreichen, in dem Du Dich immer in die Position des Kunden versetzt und überlegst, worauf Du in der jeweiligen Situation wertlegen würdest.