

# So bekommst Du mehr Kunden!

## Service-Tipps für mehr Kundenzufriedenheit

Warum entscheidest Du Dich für eine Kfz-Werkstätte? Ist Dein Haupt-Kriterium ein exzellenter Service, befindest Du Dich in bester Gesellschaft. Er ist laut Umfrage für die meisten Kunden wichtiger als der Preis oder die Qualität des Angebots. Klingt unglaubwürdig? Bei näherer Betrachtung fällt auf: Unseren Freunden berichten wir von einem herausragenden Service, aber weniger über den Preis oder die Produktqualität. Ergo: Der Kunde will gut behandelt werden. Das Sprichwort des Kunden Königs kommt also nicht von ungefähr.

## Stimmt der Service in Kfz-Werkstätten?

2007 untersuchte ein Unternehmen der TÜV Süd Gruppe die Kundenzufriedenheit in puncto Service im Rahmen einer Umfrage. Dabei stellte es fest, dass jeder dritte Teilnehmer unzufrieden war. Ein Drittel der Personen überlegte zum Zeitpunkt der Befragung also nachweislich, die Kfz-Werkstatt zu wechseln. Du bist Werkstätten-Betreiber und Deine Alarmglocken läuten? Klar, denn Du möchtest keine Kunden verlieren.



## Stimmt der Service in Kfz-Werkstätten?

2007 untersuchte ein Unternehmen der TÜV Süd Gruppe die Kundenzufriedenheit in puncto Service im Rahmen einer Umfrage. Dabei stellte es fest, dass jeder dritte Teilnehmer unzufrieden war. Ein Drittel der Personen überlegte zum Zeitpunkt der Befragung also nachweislich, die Kfz-Werkstatt zu wechseln. Du bist Werkstätten-Betreiber und Deine Alarmglocken läuten? Klar, denn Du möchtest keine Kunden verlieren.

## Doch was ist Service überhaupt?

Beim Service handelt es sich um den richtigen Umgang mit Deinen Kunden. Dazu zählt bspw.:

- wann der Kunde einen Termin erhält
- ob Ansprechpartner verfügbar sind
- wie verlässlich über geplante Arbeiten informiert wird
- ob die Kosten klar dargestellt sind
- wie freundlich der Kundenkontakt ist
- ob Fragen verständnisvoll sowie geduldig beantwortet werden

## So geht guter Service in Deiner Kfz-Werkstätte



### Respektiere die Zeit Deiner Kunden: Vereinbare ordentliche Termine

Kunden möchten informiert sein. Sie wollen Bescheid wissen. Der zeitliche Ablauf ist hierfür ein Paradebeispiel. Gib nach Möglichkeiten bereits beim ersten Telefonat an, ob und wann ein Annahetermin verfügbar sein wird. Auch die Dauer der Reparatur ist wichtig zu wissen. Zumindest eine grobe Einschätzung sollte möglich sein. Ist das nicht machbar? Dann kommuniziere das. Es ist an dieser Stelle sinnvoll, mehr Zeit als zu wenig einzuplanen. Sei also besser früher fertig und nicht zu spät. Niemand wartet gerne.





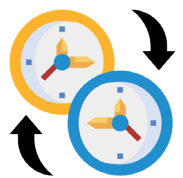
## Schätze die Kosten IMMER vorab ein

Die Frage nach dem Preis ist für viele Kunden nicht relevant. Gewöhne es Dir dennoch an, stets eine Schätzung abzugeben. Hierbei spielt es keine Rolle, ob Du danach gefragt wirst - die Vorteile sprechen für sich. Achte jedoch darauf, mehr als tatsächlich gefordert zu schätzen. Und keine Sorge: Einen guten Kunden wirst Du so nicht verlieren. Im Gegensatz zur weniger angenehmen Kundschaft. Denn: Einerseits bist Du dank Deiner höheren Kosten-Schätzung dazu in der Lage, Menschen mit Fokus auf den Preis herauszufiltern. Diese feilschen nicht selten um jeden Euro. Treue gegenüber der Kfz-Werkstatt? Nur solange, bis ein günstigerer Anbieter gefunden ist. Andererseits kannst Du die gute Kundschaft mit einer positiven Überraschung nach Hause schicken: eine günstigere Rechnung als ursprünglich angenommen. Das freut nicht nur deren Geldbeutel.



## Erkläre alles - aber einfach

Kennst Du das Gefühl, keine Ahnung zu haben? Die Frage ist: wer nicht? Ein schönes Gefühl stellt das nicht dar. Erkläre Deinen Kunden daher Deine Leistungen leicht verständlich. Verzichte dabei auf Fachbegriffe und beschreibe in einfachen Worten, was konkret am Wagen gemacht wird oder wurde. Die Gründe dafür sind ebenfalls interessant zu wissen. Das baut Vertrauen auf, wobei Dich Dein Kunde als Experte wahrnimmt. Darüber hinaus sorgt eine einfach zu folgende Erklärung dafür, dass Dir Aufmerksamkeit geschenkt wird. Bekannten Vorurteilen der Branche schlägst Du somit automatisch ein Schnippchen. Habe also keine Angst davor, eine Reparatur einfach zu erklären. Dadurch fühlt sich Dein Kunde gut, da er top informiert ist und Bescheid weiß.



## Informiere den Kunden rechtzeitig

Wenn eine Reparatur schwieriger als gedacht wird, ist guter Rat Gold wert. Informiere Deinen Kunden daher rechtzeitig über eine mögliche Verzögerung. Das gilt auch, wenn einer Deiner Mechaniker plötzlich erkrankt oder Zubehörteile nicht verfügbar sind. Als Merksatz dient: Sollte sich etwas ändern, kontaktiere Deinen Kunden sofort. Fast jeder Mensch versteht diesen Sonderfall und wird Verständnis dafür zeigen. Warte jedoch nicht zu lange mit der Information und entschuldige Dich höflich.



## Für den bleibenden Eindruck: Deine Rechnung ist genauso wichtig wie Deine Arbeit

Der letzte Eindruck bleibt dem Kunden im Gedächtnis - und bei ihm handelt es sich um Deine Rechnung. Erstelle sie daher ordentlich und führe sämtliche Teile sowie die durchgeführten Arbeiten korrekt auf. Auch empfohlene Preise sowie von Dir gewährte Rabatte dürfen auf der Rechnung aufgelistet sein. So entstehen keine Diskussionen bezüglich des Preises. Außerdem erkennt Dein Kunde direkt, wie viel Arbeit erbracht und welche Teile für die Reparatur nötig waren. Darüber hinaus vermittelt eine ordentliche Rechnung das Gefühl, bestens informiert zu sein. Erstelle also eine professionelle Rechnung für Deine professionelle Arbeit.



## Geschenke erhalten die Freundschaft: Überrasche mit einer Kleinigkeit als Extra

Freut sich ein Kunde auf die Rechnung? Das ist eher selten der Fall. In der Regel sinkt die Stimmung, nachdem er sie erhalten hat. In diesem Moment sammelst Du Pluspunkte, indem Du ihn mit einer unerwarteten Kleinigkeit überrascht. Das kann eine gratis Parkscheibe ebenso wie ein praktischer Eiskratzer oder Taschen für die Fahrzeugpapiere sein. Auch über einen Schlüsselanhänger freuen sich Menschen in der Regel.

Verschenkst Du eine Kleinigkeit als Extra nach der Rechnungsübergabe, sorgst Du für einen positiven letzten Eindruck. Zusätzlich kannst Du Dein Präsent mit Deinem Logo versehen. So wird Dein Kunde beim Anblick des Gegenstands an Dich und Deinen exzellenten Service erinnert.

Übrigens kommen auch Süßigkeiten oder Getränke gut an. Gleiches gilt für eine kostenlose Innenreinigung, die Autowäsche oder einen gratis Scheibenwischer. Womit kannst Du Deinem Kunden eine Freude machen? Sei kreativ, aufmerksam und schicke ihn mit einem Lächeln auf den Lippen nach Hause!