

auto-tipp[®] Aftersales Impulse



April 2021

Impulse für Aftersales-Management + Marketing + Werkstattauslastung

Sehr geehrte Damen und Herren,
ist Ihr Serviceteam für das Frühjahrsgeschäft gut vorbereitet? Jetzt sind die Umsatzchancen, die der Frühling mit sich bringt, konsequent zu nutzen. Alles, was Sie **jetzt nicht verkaufen – verkauft vermutlich die Konkurrenz!** Räder, Reifen, Öl, Wischer u. v. a. m. muss jetzt aktiv angeboten werden. Dazu das Angebot zum Frühjahrs-Check – wie schon öfter beschrieben, wird in der Dialogannahme gemeinsam mit den Kunden durchgeführt – und nicht in der Werkstatt!
Und bitte nicht nur 10 Punkte, wie man häufig in der Werbung liest – natürlich wird das komplette Auto analog der Dialog-Checkliste geprüft. Die Aufgabe ist mittels dem Check am Auto, Fehler zu finden und daraus Auftragsweiterungen zu generieren. Das ist der Sinn des Saison-Checks!
Ich wünsche Ihnen viele Frühjahrs-AWs,
Ihr Erwin Wagner



Erwin Wagner

erwin.wagner@mdw-wagner.de

Tel. 0157 30254801



„Zuerst verlieren wir den Kunden aus den Augen – danach verlieren wir das Geschäft.“

Erwin Wagner

Online ersetzt keine Kundenbeziehungen

Gerade habe ich gelesen, dass wohl über 50 Prozent aller Autofahrer/Innen bereit sind, beim nächsten Kauf die Marke zu wechseln. Wenn das so eintritt, wäre dies eine herbe Klatsche in Sachen Kundenbeziehung und Kundenbindung. Vielleicht ist dies aber auch eine Folge davon, dass wir uns vom Kunden scheinbar immer mehr entfernen. Fahrzeugberatung kontaktlos via Internet, Werkstatt-Terminvereinbarung lieber online statt persönlich, „touchless“ Serviceannahme u. v. a. m. – offenbar ist das der Trend. Dabei gilt nach wie vor, dass der gute Kundenkontakt das A&O der Geschäftsbasis ist. Aber wie will man dies erreichen, wenn wir alle Kontaktmöglichkeiten abgeben?

Weiterlesen



Off vergessen: Es gibt viele Gründe den Kunden eine Halbierung der Serviceintervalle anzubieten

In den Betriebsanleitungen vieler Hersteller ist ein Passus enthalten, der bestimmte Betriebsbedingungen vorgibt, bei dem das Standard-Wartungsintervall zu halbieren ist.

[Weiterlesen](#)



Ihr Service-Marketing-Tipp des Monats

Räder & Reifen

Rund 47,4 Mio. Reifen wurden 2020 im Reifenersatzgeschäft in Deutschland verkauft, damit ist der Absatz im Durchschnitt aller Produktsegmente um rund 11 Prozent im Vergleich zum Vorjahr gesunken. Das berichtet der Bundesverband Reifenhandel und Vulkaniseur-Handwerk (BRV, Bonn) nach Auswertung der Marktzahlen 2020.

[Weiterlesen](#)



Verkaufstipp Nr. 38: Der Türkantenschutz ist für jedes Auto nützlich

Bei fast jedem 2. Auto sieht man Lackabschürfungen an den Türkanten. Hier kann man den Kunden ein nützliches Angebot machen.

[Weiterlesen](#)



Der Praxistipp des Monats: Neukunden im Service richtig begrüßen und dauerhaft an die Werkstatt binden

Ein Mosaikstein zur Kundenbindung ist der erste Eindruck, der erste Kontakt zum Service im Autohaus. Das gilt gleichermaßen für Neukunden, die aufgrund eines Fahrzeugkaufs - als auch für neue Servicekunden, die für die Werkstatteleistungen gewonnen wurden. Wie kann man den ersten Eindruck positiv und dauerhaft gestalten?

[Weiterlesen](#)



Der Buch-Tipp des Monats: Räder- & Reifen-Management (RRM) im Autohaus

Mit professionellem Räder- und Reifen-Management lässt sich gutes Geld verdienen – jedes Jahr werden auf dem deutschen Markt über 42 Millionen Reifen im Ersatzgeschäft vermarktet.

AUTOHAUS-Herausgeber **Prof. Hannes Brachat** zeigt in diesem Buch, welche Potenziale es gibt, wie man effiziente Prozesse einführt und wie man den Kunden das Angebot am besten kommuniziert. Mit einzigartigen Tipps aus der Praxis: Das Buch stellt die besten Ideen aus dem Wettbewerb „Das beste Räder- und Reifen-Autohaus“ der Fachzeitschrift AUTOHAUS vor!

[Bezugsquelle](#)

Zitat des Monats

„Die Einlagerung ist mehr als nur ein Service für Kunden, die diesen unbedingt wollen, das wird in diesen Zahlen klar: 71 % der Betriebe glauben, dass durch das Angebot einer Reifeneinlagerung Reifen-Anschlussgeschäfte viel wahrscheinlicher werden. Weitere 59 % sagen: Für die meisten Kunden gehört der Service inzwischen dazu.“

Quelle: AUTOHAUS *pulsSchlag*



Fachbücher von Erwin Wagner



[Titel-Verzeichnis](#)

Werkstattauslastungs-Strategie

ASS© - das Aftersales-
Steuerungs-System von



[Weitere Informationen](#)

Impressum



Erwin Wagner
Marketingagentur für die
Automobilwirtschaft

Niedernhart 1 a
94113 Tiefenbach

Telefon 0049 (0) 8546 975 81 50
Telefax 0049 (0) 8546 975 81 51

info@mdw-wagner.de
www.mdw-wagner.de

Sitz des Unternehmens:
Tiefenbach / Passau
Datenschutz: [hier](#)