

# auto-tipp<sup>®</sup> Aftersales Impulse



Mai 2021

Impulse für Aftersales-Management + Marketing + Werkstattauslastung

Sehr geehrte Damen und Herren,  
aus verschiedenen Befragungen geht hervor, dass bei vielen Fahrzeugen – Corona bedingt – ein Wartungs- und Reparatur-Stau entstanden ist. Grund genug, aktiv zu werden, laden Sie die Kunden mit länger zurückliegenden Werkstattkontakten zum Frühjahrs- oder Urlaubs-Check ein, offerieren Sie interessante Servicepakete. Ziel ist, das Auto auf die Hebebühne der Dialogannahme zu bringen, der im Beisein des Kunden durchgeführte Check führt nahezu in allen Fällen zu Auftragserweiterungen. Wer meint, dass man zu Corona-Zeiten keine Dialogannahme durchführen kann, dem sei der Beitrag Nummer 5 – der Praxistipp – „Dialogannahme unter Corona-Bedingungen“ empfohlen.

Ich wünsche Ihnen ein schnelles Ende der Corona-Einschränkungen und die Rückkehr zu einem „normalen“ Servicegeschäft.

Ich grüße Sie recht herzlich als Ihr Erwin Wagner



Erwin Wagner

[erwin.wagner@mdw-wagner.de](mailto:erwin.wagner@mdw-wagner.de)

Tel. 0157 30254801

## Ihre Themen heute

- Impulse für das Glasgeschäft
- Immer wieder: die Batterie!
- Neukunden in die Werkstatt führen
- Verkaufstipp: Urlaubs-Check
- Dialogannahme trotz Corona
- Buchempfehlung: „Kauf mich!“



## Glasreparatur und Austausch

Jedes Autohaus hat im Rahmen der Stammkunden ein erhebliches Potenzial für Glasreparatur- und Austausch. Nur ein Bruchteil davon wird genutzt! Wird das Thema richtig beworben? Ist das Glasthema in der Dialogannahme präsent? Ist man im Kundenkreis als „Glas-Partner“ bekannt? Kennt man die wahren Potenziale? Wird das Thema zur überfabrikatlichen Neukundengewinnung genutzt? Welche Rolle spielt es im Tagesgeschäft? Mehr zum Thema „Glasimpulse“ finden Sie hier.

[Weiterlesen](#)



### **Pflicht: Batterie-Check in der Dialogannahme**

Lt. ADAC-Meldung steigen aktuell die Batterie-Pannen spürbar, vor allen Dingen im Sommer und Herbst. Grund genug, die Batterien der Kundenfahrzeuge in der Dialogannahme bei jedem Durchgang genau zu testen.

[Weiterlesen](#)



### **Ihr Service-Marketing-Tipp des Monats**

### **Das Begrüßungspaket für Neukunden**

Neukunden aus dem Neuwagen-/Gebrauchtwagen-Geschäft, aber auch direkt neue Werkstattkunden, sollten Ihr Servicegeschäft von Anfang an richtig kennenlernen. Nutzen Sie dazu das „Begrüßungspaket“ als Basis für künftige Werkstattkontakte.

[Weiterlesen](#)



### **Der Service-Verkaufs-Tipp des Monats**

### **Verkaufstipp Nr. 18: Urlaubs-Check – Tipps für mehr Umsatz**

Gerade jetzt zu Corona-Zeiten gewinnt die Urlaubsreise mit dem eigenen PKW wieder mehr an Bedeutung. Eine Einladung zum Urlaubs-Check macht deshalb Sinn. Impulse dazu – zur richtigen Anwendung – finden Sie in diesem Verkaufstipp.

[Weiterlesen](#)



### **Der Praxistipp des Monats: Dialogannahme trotz Corona**

In vielen Betrieben wurde das Thema „Dialogannahme“ dem Corona-Virus geopfert. Man unternahm alles, um dem Kundenkontakt zu entkommen, das wirkte sich auch auf den Werkstattumsatz aus. Eine Alternative dazu finden Sie in diesem Praxistipp.

[Weiterlesen](#)



## Der Buch-Tipp des Monats: Kauf mich! Wie wir zum Kaufen verführt werden

Der Autor, Prof. Dr. Hans-Georg Häusel, Neuro-Marketing-Experte, schafft es, komplexe Zusammenhänge aus der Hirnforschung verständlich zu vermitteln. In dem kleinen Büchlein „Kauf mich“ führt er durch spannende Themen, insbesondere wie Emotionen die Kunden zum Kauf bewegen, wie man Produktvorteile und Kundennutzen im Verkaufsgespräch richtig einsetzt und wie man die Kaufentscheidung herbeiführt. Wer jetzt sofort daran denkt, den Automobilverkäufern diese Lektüre zu empfehlen, irrt. Auch für alle Mitarbeiter/Innen, die im Service tätig sind, liefert dieses Buch wertvolle Tipps, wie man das Angebot besser formuliert und den Kunden die Kaufentscheidung erleichtert.

Bezugsquelle: Haufe Verlag oder unter 10 € bei Amazon

Bezugsquelle  
Haufe Verlag

Bezugsquelle  
Amazon

### Zitat des Monats

„Seit meiner Firmengründung 1988 habe ich für meine Fahrzeuge mindestens 150 Werkstattaufträge vergeben. In dieser Zeit habe ich Fahrzeuge gewechselt und bin 3 x umgezogen, d. h. dass ich bei einigen Werkstätten als Servicekunde verloren ging. Nur 1 x in 33 Jahren hat ein Autohaus angerufen und sich nach dem Grund meines Fernbleibens erkundigt!“

Quelle: Erwin Wagner, mdw\* Marketingagentur



### 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](mailto:info@mdw-wagner.de)  
[www.mdw-wagner.de](http://www.mdw-wagner.de)

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