

# Kundenbeziehungen ernst gemeint



# Tatsachen

- Längere Service-Intervalle = weniger Werkstattgeschäft
- Abnehmende Bereitschaft der Kunden, zur Inspektion oder zur Wartung zu kommen (TÜV-Report)
- Abwanderung zu anderen Service-Anbietern, wenn das Fahrzeug älter wird (DAT Report 2004)
- Fabrikatsgebundene Servicebetriebe haben ein „Teuer-Image“ nach dem Motto: „Andere Service-Anbieter sind preiswerter“

# Lösungen

- Kundenbeziehungen intensiv pflegen
- Schnell feststellen, wenn der Kunde nicht mehr kommt, und darauf reagieren
- Inspektionen, Winterreifen, Verschleißreparaturen per Telefon anbieten
- Dabei auf das Kundenfahrzeug zutreffende Preise nennen
- Kundenzufriedenheit erfragen

Mit einem Wort:

## Das Service-Marketing-Programm

vom

●●● Service Center Schnitzer

Rosi hat im Autohaus Liebling ihr neues Auto gekauft.

Jetzt ist es soweit.

Rosi holt das Auto ab.

Verkäufer Fritz übergibt ihr die Schlüssel für den roten Flitzer.

Rosi ist glücklich!



Was ist das?

Die Sonne scheint, im Auto wird es immer wärmer, trotz der Klimaanlage! Eine Reparatur?!

Serviceberater Jürgen kennt sich aus. Er hilft schnell und unbürokratisch.

Später ruft Ute vom Autohaus Liebling an. Sie will wissen, ob alles in Ordnung ist.

*Ute arbeitet beim Service Center Schnitzer, aber davon merkt Rosi nichts.*

Rosi freut sich über den Anruf.

Sie findet das schwer in Ordnung.



Die erste Inspektion ist fällig.

Das erfährt Rosi von Ute, die ihr erklärt,

- warum die Inspektion so wichtig ist,
- welche Kosten entstehen,
- und wie Rosi während der Inspektion mit Hilfe des Autohauses Liebling mobil bleibt.

Rosi ist angenehm überrascht! Sie vereinbart mit Ute einen Termin.



Rosi erhält vom Autohaus Liebling für die Zeit der Reparatur ein Servicemobil, das kostet nicht viel und hält Rosi mobil.

Jürgen kümmert sich darum, dass alles klappt.

Pünktlich, wie mit Jürgen vereinbart, holt Rosi ihr Auto ab.  
Jürgen erklärt ihr die Rechnung.

Wenige Tage später ruft Ute wieder an. Sie will wissen, ob Rosi mit dem Service zufrieden war.

Und ob! Wohlwollend registriert Rosi die individuelle Aufmerksamkeit, die das Autohaus Liebling ihr gegenüber an den Tag legt.

Rosi ist zufrieden!



Ein Jahr danach ist die zweite Inspektion fällig.

Rosi freut sich, dass der Service vom Autohaus Liebling auch im zweiten Jahr klappt, denn Ute ruft wieder rechtzeitig vor der Inspektion an.

Dieser Termin ist besonders wichtig!

Ute erklärt Rosi, dass der rote Flitzer vor Ablauf der Herstellergarantie (Sachmangelhaftung) auf Herz und Nieren kostenlos untersucht wird.

Rosi ist angenehm überrascht!



Rosi bringt ihren roten Flitzer zu Jürgen.

Wie immer fährt Rosi mit dem Servicemobil vom Autohaus Liebling zur Arbeit.

Bei der Inspektion stellt Jürgen fest, dass etwas nicht funktioniert. Leider ist das Ersatzteil nicht vorrätig.

Jürgen ruft Rosi an und sagt ihr, dass sie ihren roten Flitzer erst am nächsten Tag abholen kann. Damit Rosi mobil bleibt, darf sie das Servicemobil solange behalten.

Einige Tage später ruft Ute Rosi an und fragt, ob alles in Ordnung ist. Da erzählt Rosi die ganze Geschichte. Jürgen hat ihr genau erklärt, was er gemacht hat, und Rosi ist wieder zufrieden, dass ihr roter Flitzer wie gewohnt funktioniert.



Nun wird Rosi's Flitzer bald drei Jahre alt.

Dass Ute anruft, ist für Rosi schon selbstverständlich. Sie denkt sich, „endlich einmal ein Anruf, von dem ich etwas habe“.

Ute macht Rosi darauf aufmerksam, dass ihr roter Flitzer zum TÜV muss. Bei der Gelegenheit kann Jürgen gleich die Inspektion mitmachen.

Die Frauen vereinbaren einen Termin, und Rosi freut sich, dass das Autohaus Liebling wie immer mitdenkt!



Diesmal bringt Rosi ihren Freund Karl mit!

Wie immer klappt alles wie am Schnürchen. Auch Karl ist beeindruckt.

Beim Service-Anruf erfährt Ute von einem ein kleines Geheimnis, und dass Rosi und Karl wohl bald ein größeres Auto brauchen!



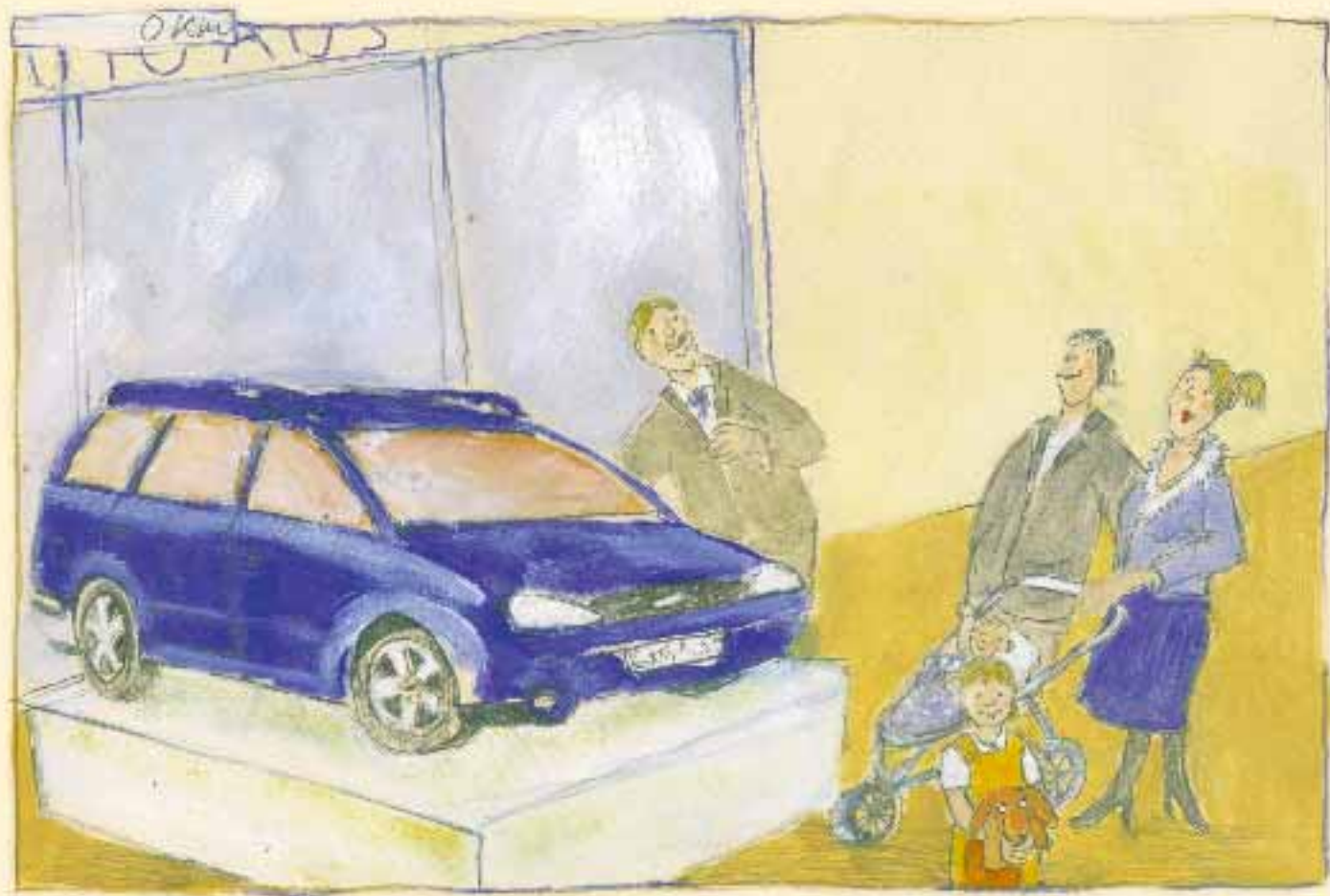
Rosi fühlt sich seit Jahren im Autohaus Liebling gut aufgehoben.

Natürlich wird sie dort wieder ihr nächstes Fahrzeug kaufen.

Da steht so ein tolles blaues Auto, gerade die richtige Größe für eine junge Familie. Rosi und Karl fahren gleich mal eine Runde zur Probe.

Sie bleiben dem Autohaus mit dem freundlichen Service treu und freuen sich schon auf ihr neues Auto.

Da strahlt auch der Verkäufer Fritz.



## Wie funktioniert es?

- Das Service Center Schnitzer wird über alle Neu- und Gebrauchtwagenverkäufe informiert.
- Rechtzeitig vor jeder Inspektion werden die Kunden im Namen des Autohauses angerufen.
- Wenn möglich, wird sofort ein Werkstatttermin vereinbart.
- Das Service Center Schnitzer erhält die Reparaturechnung, ruft den Kunden an und erkundigt sich nach der Zufriedenheit mit der Werkstattdienstleistung.
- Bei dringendem Handlungsbedarf wird der Sachverhalt sofort per Email an das Autohaus weiter geleitet.
- Alle Informationen werden in einer Datenbank festgehalten. Sie stehen auch für Serienbriefe und andere Marketingaktionen zur Verfügung.
- Es erfolgt eine monatliche Auswertung aller Anrufe.

# Vorteile für Ihr Autohaus

- Sie verkaufen aktiv Ihre Werkstatteleistungen.
- Sie stellen schnell fest, wenn Kunden unzufrieden sind, und können genau so schnell darauf reagieren.
- Sie generieren zusätzliche Geschäfte in der Werkstatt wie z.B. Reifen, Garantieverlängerungen usw.
- Es sind keine Änderungen der bestehenden Autohausstrukturen notwendig.
- Durch den regelmäßigen und professionellen Kundenkontakt erfahren Sie, wann eine Neuanschaffung ansteht.



# Kundenbeziehungen ernst gemeint

Das Service-Marketing-Programm  
vom

●●● **Service Center Schnitzer**

An der Sutt 7  
87435 Kempten

Tel. 0 800 / 7 00 75 02

[www.schnitzer-service.de](http://www.schnitzer-service.de)  
[info@schnitzer-service.de](mailto:info@schnitzer-service.de)