

RATGEBER-SERIE GEWERBEKUNDEN

Von der Dialogannahme zur „Monologannahme“

Eine professionelle Dialogannahme führt im Privatkundenbereich zu höheren Lohnerlösen, zufriedeneren Kunden und zu einer sehr guten Werkstattauslastung. Warum sollte man diese Vorteile nicht auch im gewerblichen Bereich nutzen?



Können Sie das auch? Sie haben das Auto eines Gewerbekunden bei Ihnen in der Werkstatt und stellen fest, dass neben der eigentlich geplanten Reparatur noch ein weiteres Teil dringend getauscht werden muss. Jetzt heißt es, den Entscheider zu erreichen. Das ist meist gar nicht so einfach. Wenn man ihn dann erreicht hat, ist es erst recht nicht einfach, ihn von einer zusätzlichen Reparatur zu überzeugen, vor allem dann nicht, wenn diese noch mehr Zeit in Anspruch nehmen würde. Sollte diese Reparatur nicht zwingend nötig sein, wird der Kunde sie sicher erst später, womöglich woanders, durchführen lassen. Solche Situationen sind für beide Seiten unangenehm. Der Kunde ist unzufrieden und die Werkstatt kann das vorhandene Umsatzpotenzial nicht voll ausschöpfen.

Im Privatkundenbereich tritt man dieser Problematik mit dem Konzept der Di-

alogannahme entgegen. Eine Studie des CCAR (Competence Center Automotive Retail) kam schon 2013 zu dem Ergebnis, dass Betriebe, die eine Dialogannahme fest in ihren Prozessen verankert haben, die höchste Werkstattauslastung, höhere Annahmezahlen sowie insbesondere um über 50 Prozent höhere Lohnerlöse pro Auftrag verzeichnen können. Außerdem verkaufen Betriebe mit Dialogannahme laut Studie im Schnitt 60 Prozent mehr Öl pro Tag, lagern die meisten Räder pro Saison ein, liegen bei der Reifenersatzquote deutlich vorne und können die höchsten Preise vermarkten.

Wieso sollte man diese Vorteile nicht auch beim gewerblichen Kunden nutzen? Gewerbekunden bringen gute Erträge und geben im Service durchschnittlich 30 Prozent mehr aus als ein Privatkunde. Es lohnt sich also ganz besonders die Gewerbetreibenden von dem eigenen Service zu

überzeugen, sie als Kunden zu binden und das vorhandene Umsatzpotenzial bestmöglich auszuschöpfen.

Natürlich werden Sie jetzt sagen, dass eine Dialogannahme, wie sie mit einem Privatkunden praktiziert wird, im gewerblichen Bereich schwer umsetzbar ist. Schon allein deshalb, weil der Entscheider in den wenigsten Fällen selbst in der Werkstatt erscheint. Sie haben Recht, eine typische Dialogannahme macht im gewerblichen Bereich keinen Sinn. Lassen Sie uns das Verfahren also ins B2B übersetzen.

Die „Monologannahme“

Zusammen mit unserem erfahrenen Berater und Coach Uwe Mario Kaiser haben wir folgendes Modell entwickelt: Sie bieten Ihrem Gewerbekunden an, sein Fahrzeug vor dem eigentlichen Reparatur- oder Wartungstermin für ihn durchzuchecken. Und da im Normalfall wie beschrieben nicht der

finale Entscheider, sondern meist ein Mitarbeiter des Unternehmens das jeweilige Fahrzeug zu Ihnen bringt oder Sie im besten Fall das Fahrzeug beim Gewerbetunden per „Hol- & Bringservice“ abholen und wieder zurück bringen lassen, findet der Vorabcheck also ohne einen direkten Dialog und somit in Form einer „Monologannahme“ statt. Dies wird zum Teil schon von einigen Autohäusern praktiziert. Die Autohäuser wissen so rechtzeitig, welche Teile bestellt werden müssen, welcher Spezialist nötig ist und wie lange die Reparatur dauern wird. Durch dieses Vorgehen können Sie den eigentlichen Werkstattaufenthalt teilweise erheblich reduzieren, da Wartezeiten auf Teile wegfallen und Sie Ihre Kapazitäten genau planen können. Außerdem können Sie dem Kunden viel verlässlichere Angaben über die voraussichtliche Reparaturdauer geben. Ihr Gewerbetunde selbst kann dadurch effektiver planen, seine eigenen Kunden besser bedienen und wieder schneller Geld verdienen. Also eine Win-win-Situation für beide Seiten. Generell ist der Ausfall eines Fahrzeugs für Gewerbetreibende schmerzhaft. Deshalb bieten einige Werkstätten für diese Zielgruppe einen Nacht- oder Weekendservice nach dem Motto „Wir reparieren Ihr Fahrzeug zu den Zeiten, zu denen Sie es nicht brauchen.“ Dies lässt sich natürlich nur bewerkstelligen, wenn das Fahrzeug schon vor dem Termin durchgecheckt wird und alle nötigen Teile und Kapazitäten so entsprechend koordinierbar sind.

Sie schöpfen mit diesem Vorgehen automatisch Ihr Umsatzpotenzial deutlich besser aus, da Sie alle nötigen Reparaturen und eventuelle Zusatzleistungen transparent und nachvollziehbar vorab erläutern und in einem Aufwasch absprechen können. Zusätzlich können Sie Ihren Gewerbetunden dadurch begeistern, dass Sie durch den Vorabcheck auch die Möglichkeit haben, Fremdteile zu beschaffen, um gegebenenfalls die Fremdmarken in seinem Fuhrpark ebenfalls zu warten und zu reparieren.

Kommunikation mit Entscheidern

Nur wie und wann besprechen Sie die Ergebnisse mit einem Entscheider, der bei einer Monologannahme vorab ja meist nicht zugegen und anschließend oft nur schlecht persönlich erreichbar ist? Für diese Problematik gibt es mittlerweile wunderbare digitale Lösungen von Anbietern wie zum Beispiel Citnow. Sie können

WARTEZEITEN VERHINDERN!

„Der Werkstattaufenthalt beim Auto ist wie der Arztbesuch des Menschen. Lange Wartezeiten sind das Übel. Gute Arztpraxen vermindern die individuelle Wartezeit, indem sie ihre Kapazitäten strukturiert planen. Dazu gehört, dass sie schon im Vorfeld abfragen, welche Beschwerden der Patient hat und so ableiten können welche Maßnahmen und Geräte nötig sind. Sollte beispielsweise ein Röntgen nötig sein, wird das Röntgengerät für den entsprechenden Zeitraum geblockt. Auf diese Weise können Warteschlangen vor dem Röntgenraum verhindert und eine ausgeglichene Auslastung des Geräts gefördert werden. Auch in der Werkstatt kann man unnötige Wartezeiten verhindern und für eine ideale Auslastung und zufriedene Kunden sorgen. Hierfür müssen Sie sich allerdings schon vor dem eigentlichen Werkstatttermin ein Bild des Fahrzeugs machen. Wir nennen das eine vorgezogene Monologannahme.“



Jürgen Ohr, TRIAS-Geschäftsführer

TRIAS
Smart Fleet Solutions

damit in Abwesenheit des Entscheiders den jeweiligen Befund und die entsprechende Abhilfe in einem kurzen Video umfassend erläutern. Dieses lassen Sie ihm dann zusammen mit einem Kostenvoranschlag zukommen. Er hat anschließend die Möglichkeit, direkt mittels Smartphone, Ipad oder PC die Durchführung der Reparatur mit nur einem Tastendruck frei zu geben.

Eine vorgezogene Monologannahme speziell für Gewerbetunden ist also ein sehr gutes Mittel, um das gewerbliche Umsatzpotenzial besser auszuschöpfen und gleichzeitig die Kundenzufriedenheit zu erhöhen, Gewerbetunden zu begeistern und langfristig zu binden.

Im Betrieb umsetzen

Sie möchten dieses Modell auch bei sich implementieren? Dann stellen Sie sich folgende Fragen:

- WER: Welche Zielgruppe möchte ich ansprechen? Schauen Sie sich um, welche Gewerbebetriebe gibt es in Ihrem regionalen Umfeld und wie sind die Fuhrparks zusammengesetzt? Welche Gruppe ist besonders attraktiv für Sie?

- WAS: Welche speziellen Bedürfnisse hat die Zielgruppe? Welche Leistungen möchte / kann ich anbieten? Baufirmen beispielsweise brauchen ihre Fahrzeuge während der Saison rund um die Uhr, im Winter ist dagegen Zeit für Wartungen und alle nicht sofort notwendigen Reparaturen. Bieten Sie doch für die Handwerksbetriebe in Ihrer Region einen Winterpausenscheck an. An diesem Termin kann der Kunde mit seinen Transportern zu Ihnen kommen und prüfen lassen, welche Reparaturen und Wartungen über den Winter gemacht werden sollten.
- WIE: Wer führt die Monologannahme durch? Wie kommt das Fahrzeug in die Werkstatt? Wie werden die Ergebnisse mit dem Entscheider besprochen? Haben Sie die Kapazität in Ihrem Autohaus oder geben Sie den Check vielleicht an einen externen Dienstleister wie den TÜV, Dekra, GTÜ oder KÜS ab? Der Prüfer könnte zum Beispiel an den Tagen, an denen er für die HU oder vielleicht auch für die Bewertung von Leasingrückläufern bei Ihnen im Haus ist, zusätzlich noch zu bestimmten Zeiten Monologannahmen durchführen.
- WARUM: Warum sollte der Gewerbetunde diesen Service in Anspruch nehmen? Welcher einzigartige Nutzen für den Gewerbetreibenden wird geboten und wie macht man ihn darauf aufmerksam? Wichtig ist, dass Sie die Vorteile dieser vorgezogenen Monologannahme kommunizieren. Einige Autohäuser widmen diesem Thema beispielsweise eine eigene Seite auf ihrer Homepage. Fragen Sie sich: Schöpfen Sie das vorhandene gewerbliche Umsatzpotenzial im Service wirklich aus? Oder ist unser Modell der vorgezogenen Monologannahme eventuell Ihr Schlüssel zu dem Erfolg, den Sie und Ihre Mannschaft eigentlich verdienen? Ein passendes Umsetzungstool und viele Hilfestellungen finden Sie unter: [www. Gewerbekunden-Plus.de](http://www.Gewerbekunden-Plus.de).

Jürgen Ohr ■

SEMINAR-TIPP

Weitere Anregungen rund um das Thema „Mehr Erfolg im Servicegeschäft mit gewerblichen Kunden“ bekommen Sie in unserem Intensivseminar mit Uwe Mario Kaiser. Details und Anmeldung unter www.autohaus.de/serviceseminar