

Näher am Kunden

Mit der Direktannahme mehr Werkstatteleistungen verkaufen

VON FRANK NÜSKEN

Bei der Direktannahme steht mit Sicherheit eine Verbesserung der Kundenorientierung als Ziel im Vordergrund. Das eigentliche Ziel ist jedoch eine Steigerung der Umsätze pro Werkstattauftrag. Es sollen mehr Werkstatteleistungen, mehr Öl, mehr Teile und mehr Zubehör verkauft werden. Eine Investition, die zwischen 70 und 130 TDM betragen kann, muß schließlich auch zur Verbesserung oder zur Stabilisierung Ihrer Erträge beitragen. Setzen Sie sich noch ein weiteres Ziel: Steigern Sie die Zufriedenheit Ihrer Mitarbeiter durch die Arbeit mit der Direktannahme.

Gründe für die Direktannahme

Er ist allgemein bekannt, daß die Werkstattfrequenz ebenso rückläufig ist, wie die durchschnittliche Arbeitsdauer pro Werkstattauftrag. Natürlich gibt es hier Schwankungen je nach Fabrikat und Betrieb. Kundendienstabteilungen, die ihre Kunden im Durchschnitt nur noch einmal im Jahr sehen, sind heute keine Seltenheit mehr. Die Qualität der Fahrzeuge, der Öle und anderer Materialien ist immer besser geworden und wird sicher weiter steigen. Die Verantwortlichen der Fabrikate geben längere Wartungsintervalle vor oder gestalten sie variabler. Durch die seltener werdenden Besuche der Kunden im Kfz-



FOTO: NORBERT RUBBEL

Eine Investition zwischen 70 000 und 130 000 DM für die Direktannahme muß zur einer Verbesserung der Erträge führen

trieb schwindet langsam auch die Bindung an die Kundendienstpartner. Wettbewerber locken mit attraktiven Angeboten. Handeln ist demnach gefordert.

Beim richtigen Einsatz der Direktannahme wird der Kunde an evtl. Mängel seines Fahrzeuges herangeführt. Geschickte Kundendienstprofis verkaufen dort im Gespräch mit dem Kunden zusätzlich Teile und Zubehör.

Der Check in der Direktannahme entspricht in etwa dem Arbeitsumfang bei der technischen Gebrauchtwagentaxierung. Der Schritt, dem Kunden ein Angebot für einen höherwertigen Gebrauchtwagen oder gar

einen Neuwagen zu machen liegt nahe, scheitert aber häufig an organisatorischen Unzulänglichkeiten oder an finanziellen Anreizen für Mitarbeiter.

Weshalb werden so viele dieser Annahmboxen nicht zielgerichtet genutzt?

Leider kann man noch häufig beobachten, daß vorhandene Direktannahmen nicht oder nur unzureichend genutzt werden. Manchmal finden sich dort auch halbfertige Reparaturfahrzeuge oder Gebrauchtwagen mit einer dicken Staubschicht. Zwei wichtige Ursachen wollen wir herausgreifen:

Die Mitarbeiter vieler Betriebe wurden nicht genügend an die Thematik dieser Einrichtung herangeführt. Noch seltener wurden sie mit in die notwendige Umgestaltung der Organisationsabläufe einbezogen. Überzeugen und mitdenken lassen, bringt hier mehr als Dienstweisungen.

Direktannahme für jede Betriebsgröße

Häufig ist von alten Kundendiensthasen im Zusammenhang mit der Direktannahme der Satz zu hören: „Unsere Kunden wollen das nicht.“ Es gilt demnach, neue Wege zu gehen, um der Direktannahme zum Erfolg zu verhelfen. Nur überzeugte Mitar-

FOTO: PRIVAT



Frank Nüsken ist seit 1988 selbständiger Unternehmensberater und Trainer

beiter können auch Kunden überzeugen.

Um einen falschen Eindruck gleich vorweg zu nehmen. Auch kleine und mittlere Betriebe können mit diesem kundenorientierte Annahmesystem ihren Erfolg verbessern. Natürlich muß zu Beginn die Überlegung stehen, wie nutze ich diesen Annahmeraum zusätzlich?

Da die Direktannahme als Verkaufsraum verstanden werden sollte, ist es nicht ratsam, diese Einrichtung für Kleinreparaturen zwischendurch oder gar als Reparatur-Standplatz zu mißbrauchen. Aber bei fünf bis zehn Fahrzeugdurchläufen pro Tag ist diese Räumlichkeit nicht optimal genutzt. Nutzen Sie diesen Raum z. B. für

- die Übergabe von Neu- und Gebrauchtwagen
- Gebrauchtwagenbewertungen
- Zubehörpräsentation und -demonstrationen

Es mag verlockend erscheinen, durch TÜV oder DEKRA hier Fahrzeuguntersuchungen durchführen zu lassen. Aber Vorsicht! Hierbei kann mehr Schmutz entstehen, als Ihnen in diesem Verkaufsraum lieb ist. Außerdem können Sie diese Räumlichkeiten während dieser Zeit nicht für Ihre Kunden nutzen.

Sollen alle Fahrzeuge in die Direktannahme?

Wenn wir Kundenorientierung als Ziel ansehen, wird kein sensibler Kundendienstprofi seinen Kunden ein Verfahren aufzwingen, das dieser für sich gar nicht will.

Firmenkunden (häufig Fahrer), manche Kunden mit Fahrzeugen der oberen Mittelklasse und der Oberklasse und auch einfache Kunden, denen der einwandfreie Zustand ihres Fahrzeuges wichtiger ist als die

Beispiel für eine Investitionsberechnung einer Direktannahme

Die Werte können selbstverständlich je nach Bauweise und Geräteausstattung schwanken

| | Anbau an ein bestehendes Gebäude | Einbau in ein bestehendes Gebäude |
|--|----------------------------------|-----------------------------------|
| Baukörper 50 m ² einschl. Tor, Heizung und Bodenbelag | ca. 65 000 DM | ca. 20 000 DM |
| Schreibplatz mit DV-Anschluß | ca. 3 000 DM | ca. 3 000 DM |
| Zubehörpräsentationsmitte z.B. für Felgen/Fußmatten usw. | ca. 1 000 DM | ca. 1 000 DM |
| Beleuchtung | ca. 1 000 DM | ca. 1 000 DM |
| Hebebühne | ca. 16 000 DM | ca. 16 000 DM |
| Bremsenprüfstand mit Spur- und Fahrwerkprüfung Anzeige und Drucker | ca. 16 500 DM | ca. 16 500 DM |
| Scheinwerfer-Prüf- und -Einstellgerät | ca. 1 400 DM | ca. 1 400 DM |
| Reifenfüllmesser mit Druckbehälter, tragbar | ca. 800 DM | ca. 800 DM |
| Abgasabsauganlage Überflurlösung Anschluß an bestehende Anlage | ca. 4 000 DM | ca. 2 000 DM |
| gesamt | ca. 108 700 DM | ca. 61 700 DM |
| zuzüglich Testgeräte je nach Fabrikat | | |