

Wie soll das Branchenimage aussehen?

Ein Arbeitsplatz in der Automobilbranche ist für viele nicht die erste Wahl, obwohl viel zur Steigerung des Branchenimages getan wird.

Jede Branche hat ein Image. Die Finanz-, die Versicherungs-, die Transport- und die Pharma- genau so wie die Automobilbranche. Das Image ist ein Persönlichkeits- und Charakterbild und bildet (berechtigt oder nicht) Vorurteile mit denen jeder, der einer solchen Branche angehört, eingeteilt wird.

Obwohl das Automobil selbst einen hohen Status in der Gesellschaft hat, ist jener der Beschäftigten in der Autobranche eher tief. Stellen Sie sich vor, ein Automechaniker würde als Hightech-Analytiker betitelt und wenn jemandem der Beruf genannt wird, antwortet dieser mit einem „Ooh“ anstelle des bekannten „Aha“ oder „interessant“.

Doch wer ist verantwortlich für das Image der Automobilbranche? Auf diese Frage erhalte ich oft die Antwort: der Verband. Stimmt! Und die Importeure, Grosslieferanten, die Berufsschulen, Garagenbetriebe, Inhaber, Geschäftsführer, Verkäufer, Kundendienstberater, Mechaniker, Monteure, Fahrzeugpfleger und alle anderen die in dieser Branche tätig sind. Aber eben nicht nur alle anderen, sondern auch Sie und ich.

Image zu vermitteln bedeutet, sich so darzustellen, wie man gerne gesehen werden möchte.

Ein gepflegtes Erscheinungsbild einer Garage gehört genau so dazu, wie dasjenige eines jeden Mitarbeiters. Ein bestehendes Image zu verbessern dauert lange und braucht viel Engagement. Das gute Image beginnt jedoch in unseren Köpfen, mit der guten Einstellung zu seinem eigenen Beruf und der Branche in der man tätig ist. Fangen wir doch heute bereits damit an, es noch ein wenig bewusster zu tun!



Frühjahrskontrolle für das Automobil.

Der Frühlingscheck als Schnäppchenangebot.

Wie jedes Jahr, wird auch in diesem Frühling an vielen Orten wieder ein Fahrzeugcheck angeboten der umfangreiche Leistungen für einen kleinen Preis verspricht. Schön für den Kunden! Das Fahrzeug ist auf Sicherheitsmängel überprüft, alle Niveaus sind kontrolliert und der Frühjahrsputz ist meist auch noch inklusive. Bei Preisen zwischen 49-79 Franken ist der Frühlingscheck kaum kostendeckend und er wird in einem Zeitraum durchgeführt, in dem die Werkstätten sowieso gut ausgelastet sind.

Was sind denn Sinn und Zweck des Frühlingschecks?

Mit dem Frühlingscheck sollen Zusatzverkäufe generiert werden. Im Frühling ist der Autofahrer bereit Zusatzleistungen zu erwerben vor allem in den Bereichen Komfort, Sicherheit und Sauberkeit.

- Unterbodenwäsche
- Fahrzeugkomplettreinigung mit Politur
- Ausbessern von Lackschäden
- Klimacheck
- Zubehör

um nur einige der vielen Möglichkeiten für Zusatzverkäufe zu nennen.

Frühjahrskontrolle für den Garagenbetrieb.

Mit dem Quick Check den Puls des Unternehmens messen.



Nutzen und Vorteile

Der Quick Check zeigt auf, wo das Unternehmen im Umfeld der Konkurrenz steht und in welchen Bereichen Optimierungspotenzial besteht. Es handelt sich dabei um eine Analyse, die nicht aus buchhalterischer, sondern aus branchenkundiger und betriebswirtschaftlicher Sicht erstellt wird.

Risiken und Nebenwirkungen

Der Quick Check kann zu messbarem Aufschwung führen. Mit kurz- mittel- und langfristigen Ertragssteigerungen ist zu rechnen.



Regelmässiges Training ermöglicht Spitzenleistungen.

..und Kundendienstberater müssen Spitzenleistungen erbringen!

Der Kundendienstberater nimmt eine zentrale Rolle in jedem Autohaus/ Garagenbetrieb ein. Häufig ist er es, der den guten Kontakt zu den Kunden hat und dadurch deren Vertrauen genießt. Kürzere Reparatur- und Servicezeiten, ein verändertes Marktumfeld und gesellschaftliche Verhaltensänderungen, stellen den Kundendienstberater jedoch laufend vor neue Herausforderungen.

Kundendienstberater Workshop

In Zusammenarbeit mit dem AGVS bietet Eurotraining diesen Workshop an, der von den Erfahrungen und der Anteilnahme der Teilnehmer lebt. Er bietet die richtige Voraussetzung, um in kurzer Zeit möglichst viele neue Erkenntnisse zu gewinnen und diese in die Praxis umzusetzen.

Ziele:

- Die Aufgaben eines Kundendienstberaters kennen und abgrenzen können.
- Situationen bei der Fahrzeugübernahme und Übergabe erkennen, die zu Missverständnissen mit den Kunden führen können.
- Die Fahrzeugübernahme/Übergabe optimieren.
- Kundenzufriedenheit erhöhen.

Inhalte:

- Ausgangslage: Die Funktion des Kundendienstberaters
- Die Fahrzeugübernahme: Terminvereinbarung, Terminvorbereitung, Fahrzeugannahme.
- Die Fahrzeugübergabe: Endkontrolle, Rückgabe, Rechnungserklärung.

Zielgruppe:

- Kundendienstberater und Inhaber
- Werkstattchefs mit Kundenkontakt

Termin: 14.-15. Mai 2008

Kursort: AGVS Wiedlisbach

Dauer: 2 Tage von 09.00h- 17.00h

Anmeldung unter www.agvs.ch