Ausgabe Herbst/
Winter 2011

# BRANCHENGESPRÄCH

www.
kundendienstberater
.ch

## Die eigene Kundenzufriedenheit steuern

*Es ist eben doch möglich, dass jeder Garagenbetrieb seine Kundenzufriedenheit steuern kann. Voraussetzung dazu ist die Akzeptanz des eigenen Spiegelbilds.*

**Das Spiegelbild akzeptieren**
Es ist verständlicherweise nicht immer einfach andere Ansichten und Meinungen zu teilen. Z.B. die Auswertung zur „Freundlichkeit der Mitarbeiter". Ist dieser Messpunkt unterdurchschnittlich bewertet worden, kann der Eindruck entstehen, dass das System fehlerhaft ist, die Kunden falsch informiert sind oder die Ursache für das „schlechte" Abschneiden sonstwo liegt. Tatsache ist, dass die Kundenempfindungen für andere Betriebe anscheinend besser sind. Dieser Faktor sollte den Ausschlag geben dazu, sich Gedanken darüber zu machen was denn die anderen Betriebe besser machen. Die Resultate von Kundenzufriedenheitsmessungen widerspiegeln Gefühle und Empfindungen der eigenen Kunden. Erst wenn diese Resultate im Unternehmen akzeptiert werden, können auch Verbesserungen vorgenommen werden.

Zur kurz-, mittel- und langfristigen Steigerung der Kundenzufriedenheitswerte gibt es viele Möglichkeiten. Der Einsatz von Neuanschaffungen und die Anpassung der Organisation nützen jedoch nur etwas wenn auch die Mitarbeiter die Resultate der Befragungen akzeptiert haben und davon überzeugt sind, dass noch Verbesserungspotenzial im eigenen Betrieb und eventuell auch bei sich selber besteht.

### Das Angebot für Garagen

Innert zwei Stunden erhalten Sie eine Auswertung Ihrer Kundenzufriedenheitswerte (wenn vorhanden), aktueller Eindrücke und Möglichkeiten zur Resultatsteigerung. Und das für einen minimalen Unkostenbeitrag von Fr. 200.- inkl. MWST, Spesen und ohne weitere Verpflichtungen!

### Das Angebot für Importeure

Training, Coaching, Projektbegleitung und mehr, ganz nach Ihren Bedürfnissen. Lassen Sie uns darüber reden bei einem kostenlosen Erstgespräch!

**„Wir übertreffen Ihre Erwartungen"**
Auf Plakaten, in Fernsehwerbungen und an vielen anderen Orten ist dieses Versprechen zu lesen.
Damit Erwartungen übertroffen werden können, müssen sie zuvor erkannt und verstanden worden sein. Und da beginnen bereits die ersten Schwierigkeiten in der Umsetzung des Versprechens.
Doch wie kann ein Garagenbetrieb alle seine Kunden kennen? Beispielsweise indem man ihnen den Betrieb vorstellt und sie gezielt nach den wichtigsten Eckpunkten und Erwartungen zu Verkauf- und Serviceleistungen befragt.

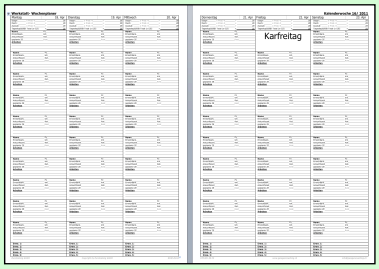
**Begeisterung ist mehr als Zufriedenheit**

Wann haben Sie das letzte Mal gejubelt und sich so richtig über ein Ereignis gefreut? Genau das ist der Moment indem Sie nicht mehr nur zufrieden waren, sondern begeistert. Wenn sämtliche Leistungen „zu Ihrer vollen Zufriedenheit" „gut" oder sogar „sehr gut" erledigt wurden, sind Sie womöglich zufrieden mit einem Lächeln im Gesicht. Erst wenn Sie jubeln und Ihre Erwartungen übertroffen wurden kann man von „äusserst zufrieden" „absolut perfekt" oder „hervorragenden Leistungen" sprechen.

Abschliessend ein Beispiel zur Fahrzeugübergabe. Die ausgeführten Arbeiten sind besprochen, das gereinigte Fahrzeug ist fertiggestellt:
1. Der Berater übergibt dem Kunden den Schlüssel in der Annahmezone, bedankt und verabschiedet sich.
2. Der Berater begleitet den Kunden zu seinem Fahrzeug auf dem Parkplatz und übergibt ihm den Wagen.
3. Während der Berater dem Kunden die ausgeführten Arbeiten erklärt, wird das Fahrzeug vor den Eingang gefahren. Der Berater begleitet den Kunden zu seinem Fahrzeug, hält ihm die Türe auf, bedankt und verabschiedet sich.
Welche Variante erhält wohl die beste Kundenzufriedenheitsbewertung?

### Der Werkstatt- und Kapazitätsplaner 2012 ist da!

Der Termin- und Kapazitätsplaner 2012 in Papierform liegt bereit. Bis 10 Durchgänge und 5 Ersatzwagen können täglich eingeplant werden. Dieser Planer wurde speziell für Kleinbetriebe, in Zusammenarbeit mit Kleinbetrieben, entwickelt.




Jetzt per Telefon oder E-Mail bestellen.

## Seminartermine 2012

*Start im Januar mit dem KDB Workshop, KDB-Lehrgang ab März.*

**Kundendienstberater Workshop**
In Zusammenarbeit mit dem Auto Gewerbe Verband der Schweiz AGVS bietet Eurotraining diesen Workshop an, in dem die wichtigsten Kontaktpunkte mit dem Kunden bearbeitet werden. Der Workshop lebt auch von den Erfahrungen und der Anteilnahme der Teilnehmer. Er bietet die richtige Voraussetzung, um in kurzer Zeit möglichst viele neue Erkenntnisse zu gewinnen und diese in die Praxis umzusetzen.

**Inhalte**
- Empfang und Begrüssung des Kunden
- Unterschiede zwischen einem „Schlüsselempfänger" und einem „Kundenberater"
- Erkennen von Kundenerwartungen
- Verhalten bei Zusatzarbeiten
- Zusatzverkäufe zum Wohl des Kunden und seines Fahrzeugs
- Hilfsmittel zur Beratung
- Fehlersymptome definieren durch korrekte Fragestellung

**Dauer:** Zwei Tage von 09.00h – 17.00h
**Termin**: 09. - 10. Januar 2012
**Anmeldung:** Direkt bei www.agvs.ch

**Kundendienstberater Lehrgang**
Ab März 2012 bietet Eurotraining einen Lehrgang zum zertifizierten Kundendienstberater an. Weitere Informationen dazu im nächsten Branchengespräch.

*BRANCHENGESPRÄCH ist ein Newsletter der Eurotraining GmbH, der drei mal pro Jahr erscheint und auf aktuelle Themen aufmerksam macht. Mehr Informationen zu diesen und weiteren Themen befinden sich bei www.eurotraining.ch, www.garagencoaching.ch, www.kundendienstberater.ch.*
*Anregungen, Anfragen und Feedbacks sind willkommen.*

eurotraining moves you forward
Eurotraining GmbH, 8048 Zürich, Tel: +41 (0) 78 881 86 00