



AFTERMARKET



#ORIGINALWORKSHOPS

ORIGINELLE RATSCHLÄGE ZUR UNTERSTÜTZUNG IHRES UNTERNEHMENS

IDEEN FÜR EINEN EXZELLENTEN  
KUNDENSERVICE

# I N H A L T

3

Einführung

4

Was ist Kundenservice  
in einer Werkstatt?

6

So beginnt  
kundenzufriedenheit

7

10 Tipps um Ruhe  
zu bewahren und  
mit Stress in Ihrer  
Werkstatt umzugehen

9

Schlechte  
Werkstattbewertung?  
Wie man mit negativen  
Kommentaren in  
sozialen Netzwerken  
umgeht

12

Steigert ein  
hervorragender  
Kundenservice die  
Rentabilität meiner  
Werkstatt?

14

Creating a customer  
service culture in  
your workshop

16

7 Zeichen von  
schlechtem  
Kundenservice und wie  
man diese vermeidet

18

Verbessern Sie ihren  
Kundenservice, indem  
Sie die emotionale  
Belastbarkeit in Ihrer  
Werkstatt stärken

20

Fünf dinge, die ein  
mechaniker im  
kundenservice  
beachten sollte

21

Beispiele für guten  
Kundenservice

23

10 Tipps zur  
Kundenbindung  
und wie man es  
schafft, dass Kunden  
wiederkommen

# EINFÜHRUNG

---

**In diesem eBook werden eine Reihe von Fragen des Kundenservice behandelt, die im Werkstattbetrieb häufig auftreten. Wenn Sie eine Frage oder ein Problem im Kundenservice haben, oder wenn Sie einfach nur sehen möchten, wo Sie einen Schritt besser sein können als Ihre Mitbewerber, stehen die Chancen gut, dass Sie in diesem Buch Antworten und Anregungen finden werden.**

Tipps zum Umgang mit Stress, zum Umgang mit schlechten Bewertungen, schwierigen Kunden - alles ist vorhanden. Es ist auch alles erprobt und bewährt. Wir verstehen das Werkstattgeschäft, weil wir jeden Tag mit Installateuren und Garagenbesitzern sprechen; viele der Ideen hier stammen aus Gesprächen, die wir gehört haben, und Kommentaren, die wir gelesen haben. Werfen Sie einen Blick darauf, wir sind sicher, dass Sie einige gute Ideen finden werden, die für Sie funktionieren werden.



# WAS IST KUNDENSERVICE IN EINER WERKSTATT?

Denken Sie darüber nach, wie es sich anfühlt, wenn Sie als Kunde einen herausragenden Kundenservice erhalten. Man fühlt sich von seinem Gegenüber respektvoll behandelt und merkt, dass dieser stets versucht hilfsbereit zu sein und gleichzeitig das Gefühl vermittelt, stolz darauf zu sein, was er tut.

Ist das nur gesunder Menschenverstand? Ist es selbstverständlich oder einfach etwas, worüber Sie nicht einmal nachdenken müssen? Offensichtlich nicht, weil wir uns alle an Situationen erinnern können, in denen wir nicht zufrieden waren. Sind wir dann immer wieder zu diesem Dienstleister zurückgekehrt? Wahrscheinlich sind wir woanders hingegangen und haben diesen unbefriedigenden Service nie wieder in Anspruch genommen.

In Ihrer Werkstatt muss ein guter Kundenservice immer gewährleistet sein, denn Sie müssen bestehende Kunden halten und neue Kunden gewinnen, um Ihr Geschäft aufrecht zu erhalten.



**Hier sind zehn aktuelle Statistiken, die zeigen, wie wichtig Kundenservice ist:**

## SCHON GEWUSST?

**68%** der Kunden geben an, dass sie wegen eines schlechten Kundenservices den Anbieter gewechselt haben. – Accenture

**59%** der 25 bis 34-jährigen veröffentlichen ihre schlechten Kundenerfahrungen im Internet. – New Voice Media

**95%** der unzufriedenen Kunden erzählen anderen von ihren schlechten Erfahrungen. – Zendesk

Wenn der Kunde bereits im Vorfeld, also auf dem Weg seiner Kaufentscheidung, zufrieden ist, bedeutet das gleichzeitig nicht nur eine Steigerung der allgemeinen Kundenzufriedenheit um **20%**, sondern auch eine Steigerung des Umsatzes um bis zu **15%** sowie die Senkung der Kosten für die Kundenbetreuung um bis zu **20%**. – McKinsey

Unternehmen mit einer hohen Kundenzufriedenheit haben gegenüber ihren Wettbewerbern einen Vorteil von mehr als 16% in Bezug auf die Kaufbereitschaft und Markentreue der Kunden sowie der Wahrscheinlichkeit einer Weiterempfehlung. – Temkin Gruppe

**76%** der Verbraucher sagen, dass sie den Kundenservice als den besten Beweis dafür ansehen, wie sehr ein Unternehmen sie schätzt. – Aspect

Kunden, die positive Erfahrungen in der Kundenbetreuung machen, empfehlen eine Marke fast dreimal häufiger. – Harvard Business Review

**60%** der britischen Verbraucher bevorzugen ein ausgewogenes Verhältnis von Preis und Service und akzeptieren keinen schlechten Service im Austausch für ein günstigeres Produkt. – UKCSI

**97%** der Konsumenten weltweit geben an, dass der Kundenservice bei der Wahl und der Loyalität zu einer Marke unerlässlich oder zumindest sehr wichtig ist. – Paratur

**60%** der Verbraucher haben heute höhere Erwartungen an den Kundenservice als noch vor einem Jahr. – Paratur



## DIE WERKSTATTUMGEBUNG

Hier ist eine Checkliste von Dingen, die vom Kunden begrüßt und geschätzt werden. Diese sind für Sie und Ihr Unternehmen vielleicht nicht direkt umsetzbar, dennoch aber gute Ziele, worauf Sie hinarbeiten können.

- Ein komfortabler, sauberer und geräumiger Wartebereich mit ausreichenden Sitzgelegenheiten
- Zeitschriften und Zeitungen. Autozeitschriften für Kunden, die sich für Autos interessieren, Lifestyle-Magazine für diejenigen, die sich nicht so sehr für Autos interessieren und Comics für Kinder.
- Kostenloser Kaffee und Tee sowie vielleicht ein Kühlschrank mit kalten Getränken.
- Kostenloses WLAN
- Ein Fernseher zum Überbrücken der Wartezeit

## THE WORK

Dem Kunden ist nichts wichtiger, als das Gefühl vermittelt zu bekommen, dass die Werkstatt mehr Wert darauf legt, das Auto in einen guten, sicheren und funktionierenden Zustand zu bringen, als eine Gewinnmaximierung zu erzielen.

Gewinne sind natürlich wichtig und halten Ihr Unternehmen am Leben, aber langfristig ist ein zuverlässiger Service mehr wert als eine kurzfristig höhere Rendite. Versuchen Sie niemals, teurere Teile oder Teile, die nicht wirklich ersetzt werden müssen, zu verkaufen - bieten Sie jedoch auf jeden Fall Optionen für Ersatzteile an, die bald benötigt werden, da sie diesen Werkstattbesuch für den Kunden effizienter und kostengünstiger machen können.

## KUNDENINTERAKTION

Wichtig ist auch die Art und Weise, wie Sie begrüßt werden. Wenn Sie sich dem Kunden vorstellen, ihm die Hand schütteln oder ihn persönlich mit Namen ansprechen, hinterlässt das einen guten Eindruck und repräsentiert Ihre Werkstatt als hochprofessionelles Unternehmen. Wenn Sie also einen guten Kundenservice anbieten, wird Ihr Kunde gleichzeitig auch das Gefühl haben, dass Sie sich auch um das Fahrzeug professionell kümmern werden.

Das Gleiche gilt für alle, die ans Telefon gehen oder an der Rezeption sitzen. Wenn sich diese Person an Stammkunden erinnert und sich interessiert mit ihnen unterhält, selbst mit einem einfachen "Hallo, wie geht es Ihnen seit dem letzten Mal?", kann das einen sehr positiven Eindruck hinterlassen. In der Tat gibt es keinen Grund, warum nicht das ganze Team dazu ermutigt werden sollte, den Kunden persönlich zu begrüßen um ihm zu zeigen, dass man sich auch an ihn erinnert und den Kunden kennt.

Diesen freundlichen und fürsorglichen Eindruck findet man auch online wieder. Eine Website, die Bilder und Namen von Teammitgliedern zeigt, vermittelt ein ehrliches und offenes Geschäft - wenn Sie außerdem Kundenreferenzen hinzufügen, haben Sie eine Webseite, die nicht nur Ihre Dienstleistungen vorstellt, sondern auch eine Plattform, die bestehende und neue Kunden zufriedenstellt und von Ihrer Arbeit überzeugt. Heute ist es leider nicht zu verhindern, dass Kunden sich zuerst einmal online über Ihre Leistungen informieren und diese danach beurteilen, bevor sie Ihnen eine Chance geben, sich wirklich zu beweisen - Sie können also schon einen professionellen ersten Eindruck hinterlassen, indem Sie Ihren Onlineauftritt richtig machen.

Nachdem der Kunde das Fahrzeug bei Ihnen abgegeben hat und Sie den Zustand bewertet haben, rufen Sie Ihren Kunden an. Besprechen Sie mit ihm die zu erledigenden Arbeiten und fragen Sie ihn, ob er mit Ihrem Vorhaben einverstanden und zufrieden ist. Dies ist ein ausgezeichneter Weg, um zu versichern, dass es Ihr Hauptanliegen ist, dem Kunden einen guten Service zu bieten. Verfolgen Sie dies bis zum Ende des Auftrags, indem Sie sich mit dem Kunden bei der Übergabe in der Werkstatt treffen, um alles zu besprechen.

Sie denken vielleicht, dass diese Dinge selbstverständlich sind, dennoch ignorieren viele Betriebe solche Ratschläge und denken, dass alles von selbst geschieht. Das ist Ihre Chance. Sie können sich von Ihren Mitbewerbern abheben und durch solche scheinbar einfachen, aber wichtigen und effektiven Dinge wahrgenommen werden. Fragen Sie sich, wie oft Sie in letzter Zeit einen wirklich guten Service erfahren haben? Einen Service, von dem Sie den Leuten erzählen oder darüber schreiben würden? Wahrscheinlich nicht allzu oft und genau das ist der Grund weshalb man es tatsächlich merkt, wenn man es erlebt.

Machen Sie großartigen Kundenservice zu einer Priorität für Ihr Unternehmen und Ihre Kunden werden Sie bemerken.



# SO BEGINNT KUNDENZUFRIEDENHEIT

## 01 - EINE HERZLICHE BEGRÜSSUNG

Bieten Sie Kunden einen bequemen, sauberen und ordentlichen Empfangsbereich mit freundlichen Mitarbeitern. Das signalisiert Ihren Kunden Professionalität sowie die Einhaltung hoher Arbeitsstandards. Ziehen Sie in Betracht einen Fernseher sowie heiße Getränke und WLAN kostenlos zur Verfügung zu stellen, um Ihren Kunden die Wartezeit so angenehm wie möglich zu machen.



## 02 - STELLEN SIE DIE RICHTIGEN FRAGEN

Sammeln Sie so viele Informationen wie möglich über den Kunden (Name, Kontaktdaten), das Fahrzeug (KFZ-Kennzeichen und Historie), den Auftrag (was muss gemacht werden) und weitere notwendige Details (z.B. bezüglich der Garantie oder Versicherung). Schlagen Sie einen Zeitrahmen für die Durchführung der Arbeit vor. Damit können Sie:

- Eine Beziehung zum Kunden aufbauen.
- Die Problemlösung für den Monteur leichter und schneller gestalten.
- Eine schnelle und effiziente Reparatur liefern, die den Kunden zufrieden stellt.



## 03 - BIETEN SIE ZUSÄTZLICHE VORTEILE

Kostenlose Zusatzdienstleistungen erhöhen in jedem Fall die Zufriedenheit Ihrer Kunden. Wir empfehlen daher, eine kostenlose Fahrzeuguntersuchung anzubieten. Das gibt Ihren Kunden ein beruhigendes Gefühl und weist auf Probleme hin, die ihnen eventuell nicht bewusst sind.



# 10 TIPPS UM RUHE ZU BEWAHREN UND MIT STRESS IN IHRER WERKSTATT UMZUGEHEN

Das Betreiben einer Werkstatt kann sich sehr lohnen, aber auch wenn das Geschäft gut läuft, kann es in einigen Situationen stressig werden. Angst kann Sie nachts wachhalten, wenn Ihnen eine Reihe von Fragen durch den Kopf gehen. Sind Ihre Kunden zufrieden? Werden sie wiederkommen? Können Sie Ihre Kosten decken und Ihre Schulden zurückzahlen? Haben Sie genug Umsatz? Sind Ihre Mitarbeiter zufrieden? Werden Sie Ihre besten Teammitglieder behalten können? Ist Ihre Ausstattung gut genug und zukunftssicher und wenn nicht, wann und wie werden Sie diese ersetzen?

Mentaler Druck, der Sie ängstlich und müde macht, kann ebenso anstrengend sein wie körperliche Anstrengung. Daran kann man zunächst einmal nichts ändern, weil das Betreiben einer Werkstatt sehr anspruchsvoll sein kann. Was Sie in diesem Fall tun können, ist zu lernen, mit Stress effektiver umzugehen, damit Sie Ihr Bestes geben und das Leben gleichzeitig genießen können.

**Je weniger Sie gestresst sind, desto besser ist Ihr Kundenservice.**

## HIER SIND ZEHN TOP-TIPPS:

### 1. Vergessen Sie nicht die guten Dinge.

Wenn man bedenkt, was alles getan werden muss, um das Geschäft am Laufen zu halten, kommen leicht negative Gedanken auf. Versuchen Sie stattdessen sich all die Dinge

zu merken, die richtig laufen und denken Sie positiv. Notieren Sie diese vielleicht - das Auflisten der positiven Dinge über Ihr Geschäft könnte Sie daran erinnern, dass es viele Dinge gibt, die Sie vergessen haben und für selbstverständlich halten. Es ist leicht, all die guten Dinge zu vergessen, die man erreicht hat, während man von Problemen abgelenkt wird, die gerade Aufmerksamkeit erfordern.

Sie könnten sogar Ihre Liste an die Wand hängen. Wenn Sie sich dann um Dinge sorgen, die noch bewältigt werden müssen, können Sie sich Ihre Liste ansehen und sich daran erinnern, dass viele Dinge, die früher Herausforderungen waren, jetzt Erfolge sind.

### 2. Priorisieren Sie Ihre Aufgaben.

Die Priorisierung Ihres Arbeitspensums sorgt nicht nur für eine gut organisierte Werkstatt, sondern hilft Ihnen auch, sich beruhigt zu fühlen. Eine der häufigsten Ursachen für Stress ist das Gefühl, dass es einfach zu viel zu tun gibt, was bedeutet, dass man manchmal zwischen den Aufgaben hin- und herfliegt und wenig erreicht. Versuchen Sie nicht alle Ihre Probleme auf einmal zu lösen.

Priorisieren Sie Ihre Aufgaben. Ordnen Sie sie nach Wichtigkeit, konzentrieren Sie sich auf eine Aufgabe nach der anderen. Auf diese Weise kommen Sie effizienter und effektiver durch die Liste - mit Ihrem Verstand und Ihrer Konzentration auf die jeweilige Aufgabe gerichtet.

Manche Leute tun das nicht gerne, weil sie dadurch merken, was für eine lange Liste von Aufgaben sie noch zu erledigen haben! Selbst wenn das der Fall ist, ist es immer noch eine beruhigende und produktive Erfahrung, sie nacheinander zu erledigen, als zu versuchen, an alle auf einmal zu denken.

### 3. Schreiben Sie Ihre Sorgen auf.

Als Unternehmer ist es immer schwer, von der Arbeit abzuschalten, wenn man zu Hause ist. Sie essen, schlafen und leben Ihr Geschäft - das macht Sie erfolgreich, aber es entzieht Ihnen auch Energie. Sie machen sich ständig Gedanken über Ihr Unternehmen und die Dinge, die Sie tun sollten. Wenn Sie sich Zuhause zu viele Sorgen um die Arbeit machen, kommen Sie geschäftlich nicht weiter und vernachlässigen gleichzeitig Ihre Freizeit und Ihr Privatleben, um die Erholung zu bekommen, die Sie benötigen, wenn Sie am nächsten Tag wieder mit voller Energie in den Arbeitsalltag einsteigen möchten.

Ein einfacher und schneller Weg, um Ihren Gedanken zu entkommen, ist es, jedes Problem und/oder jede mögliche Lösung aufzuschreiben, über die Sie nachgedacht haben. Psychologisch haben Sie den Gedanken geparkt und "gerettet". Sie können sich in dem Wissen sicher fühlen, dass das Thema nicht vergessen wird und können darauf zurückkommen, wenn Sie dazu bereit sind.

**4. Konzentrieren Sie sich einfach auf die erreichbaren Ziele.**

Wenn Sie Ihre Sorgen aufgelistet haben, ordnen Sie sie in einer Reihenfolge, je nachdem wie schwierig sie zu lösen sind. Sie werden überrascht sein, dass die größten Probleme am leichtesten zu lösen sind.

Zum Beispiel können Techniker schnell gestresst werden, indem sie nicht auf die Informationen zugreifen können, die sie für die Ausführung einer Aufgabe benötigen- dies kann einfach behoben werden, indem die Geschwindigkeit Ihrer Internetverbindung verbessert wird. Durch die Lösung eines Problems können Sie schnell einen Stressfaktor beseitigen, der immer wieder jeden in der Werkstatt betrifft.

**5. Regelmäßige Pausen.**

Der einfachste Rat ist oft der Beste. Wenn ein Problem auftritt, können Sie sich manchmal im Kreis drehen und der einzige Weg es zu lösen, ist es, das Problem neu anzugehen. Eine kurze Pause - auch nur für 10 Minuten- kann alles sein, was Sie benötigen.

**6. Passen Sie auf sich auf.**

Essen Sie gesund und treiben Sie Sport. Eine gute Gesundheit ist für jeden wichtig und wenn man ein Unternehmen führt, ist es umso wichtiger. Trinken Sie viel Wasser. Schlafen Sie genug. Ihr Körper ist besser für den Stress in einer Werkstatt gerüstet, wenn Sie gesund und erfrischt sind. Sport hat außerdem den zusätzlichen Vorteil, Ängste und Stress zu mildern. Wenn Sie sich gestresst fühlen, ist es oft besser sich durch ein geeignetes Training abzulenken, als sich entspannen zu können.

**7. Identifizieren Sie die Ursache für Ihren Stress.**

Wenn Ihnen Dinge zu viel werden, nehmen Sie sich einen Moment Zeit, um über Ihre Situation nachzudenken. Atmen Sie tief durch und fragen Sie sich, was Sie genau stört. Sie können Ihr Problem nicht relativieren und ansprechen, wenn Sie nicht wissen, was es ist.

**8. Sprechen Sie mit Jemandem.**

Besprechen Sie Ihr Problem / Ihre Probleme mit Ihrem Chef, Ihren Kollegen, Ihren Mitarbeitern oder Ihrer Familie. Es liegt im Interesse der anderen Menschen, als auch in Ihrem, diese Probleme zu beheben. Wenn Sie mit jemandem sprechen, vermeiden Sie es, Probleme aufzuschieben. Jetzt können Sie sich zusammensetzen und gemeinsam darüber nachdenken, wie Probleme am besten gelöst werden können.

**9. Investieren Sie in Aus- und Weiterbildung.**

Leichter gesagt als getan, denn dies kann Geld kosten als auch Kosten sparen und langfristig gesehen, kann man so Stress vermeiden. Wenn Sie also eine bestimmte Art von Reparatur besonders anstrengend finden oder wenn es in Ihrer Werkstatt eine bestimmte Qualifikationslücke gibt, versuchen Sie diese mit Hilfe von Weiterbildungen zu füllen und Ihre Qualifikationsstandards zukünftig zu erweitern.

**10. Versprechen Sie nicht zu viel.**

Stellen Sie sicher, dass der Kunde weiß, dass sein Fahrzeug zum Beispiel am Ende des Tages fertig sein wird und nicht bereits am Mittag. Setzen Sie sich nicht allzu sehr unter Druck

und finden Sie eine für die Reparatur angemessene Zeit. Sie werden zufriedener Kunden haben, wenn Sie 'keine zu großen Versprechungen' machen, diese dann aber übertreffen.





# SCHLECHTE WERKSTATTBEWERTUNG? WIE MAN MIT NEGATIVEN KOMMENTAREN IN SOZIALEN NETZWERKEN UMGEHT

Ob Sie es mögen oder nicht- Online-Rezensionen gehören zum heutigen Geschäft dazu. Eine kürzlich durchgeführte Umfrage ergab, dass 60% der Kunden regelmäßig Bewertungen lesen und von diesen 60% sagen 93%, dass Online-Bewertungen ihre Kaufentscheidungen beeinflussen.

**„Jeder Geschäftsinhaber weiß, dass Ihr authentischster und wirkungsvollster Befürworter ein zufriedener Kunde ist und die Technologie hat die Stimme eines jeden Kunden extrem stark gemacht,“** sagt Eric Rea, CEO von Podium, das Unternehmen, welches die Umfrage durchgeführt hat.

**„Unsere Daten zeigen, wie sehr sich die Verbraucher gegenseitig vertrauen und wie sehr diese Befürworter durch Online-Rezensionen Kaufentscheidungen vorantreiben und den Bekanntheitsgrad der Marke steigern können.“**

Zudem hat auch Google einen immer stärkeren Einfluss auf Bewertungen und Ratings. Die Suchmaschine zeigt nun Rezensionen und Bewertungen von vertrauenswürdigen Websites von Drittanbietern innerhalb des lokalen Wissenspanels eines Unternehmens an. Diese erscheinen unter dem Titel "Rezensionen aus dem Web", unterhalb der Details, die an die Google Business Seite übermittelt werden.

Wie eine Werkstatt mit einer schlechten Bewertung umgeht, kann potenziell schädlicher sein als die Bewertung selbst. Wenn eine schlechte Bewertung von einer Werkstatt ignoriert wird oder auf unangemessene oder unprofessionelle Weise reagiert wird, können die Alarmglocken für potenzielle Kunden läuten. Jedes Unternehmen bekommt ab und zu eine schlechte Kritik- es kommt darauf an, wie man damit umgeht. Potenzielle Kunden wissen das und werden sehen, wie die Werkstatt auf eine schlechte Kritik reagiert. Es gibt den Verbrauchern ein konkretes Beispiel dafür, wie Beschwerden in Ihrer Werkstatt behandelt werden.



### **DAS ERSTE, WAS MAN TUN KANN, WENN MAN EINE SCHLECHTE KRITIK BEKOMMT.**

Werden Sie zunächst einmal nicht sauer und machen Sie sich aufgrund der Kritik nicht gleich fertig. Irgendwann wird jedes Unternehmen, so sehr es sich auch bemüht, feststellen, dass ihm jemand eine schlechte Kritik hinterlassen hat.

### **DIE ZWEITE SACHE, DIE MAN TUN KANN, WENN MAN EINE SCHLECHTE KRITIK BEKOMMT.**

Reagieren Sie nicht sofort. Denken Sie darüber nach, damit Sie nichts sagen, was Sie vielleicht im Nachhinein bereuen könnten. Sie wollen die Situation nicht verschlimmern. Schlafen Sie darüber, wenn es sein muss.

### **DAS DRITTE, WAS MAN TUN KANN, WENN MAN EINE SCHLECHTE KRITIK BEKOMMT.**

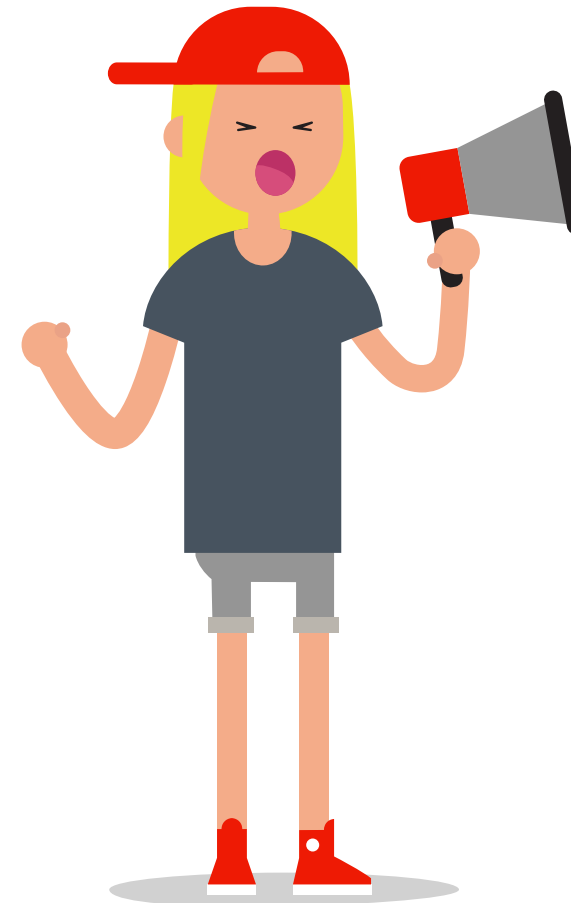
Wenn Sie sich ruhig und objektiv fühlen, ist jetzt der richtige Zeitpunkt zu reagieren. Beginnen Sie, indem Sie dem Rezensenten für seine Kommentare danken- die Tatsache, dass er Ihnen Feedback gegeben hat, wenn auch negativ, bedeutet, dass Sie etwas dagegen tun können. Reagieren Sie höflich- Ihr Ton wird sich auf Ihre Marke und Ihr Unternehmen auswirken.

Wenn Sie die Beschwerde für gerechtfertigt halten, erläutern Sie kurz die Schritte, die Ihre Werkstatt unternimmt, um das Problem anzugehen.

Wenn Sie es nicht für gerechtfertigt halten, erklären Sie kurz Ihre Politik, um zu zeigen, dass Sie glauben die Leistungen in gutem Glauben erfüllt zu haben. Wenn Sie dazu bereit und in der Lage sind, können Sie dem Kunden ein weiteres Produkt oder eine weitere Dienstleistung anbieten, nicht als Entschuldigung, sondern als Kulanzangebot.

Widerstehen Sie der Versuchung, sich zu verteidigen. Nehmen Sie die Kritik an und erklären Sie, wie Sie die Situation angegangen sind. Wenn Sie dem unzufriedenen Kunden ein weiteres Produkt oder eine Dienstleistung aus gutem Willen angeboten haben und er noch immer ein negatives Feedback hinterlassen hat, stellen Sie sicher, dass Sie dies in Ihrer Antwort erwähnen - ein Interessent, der diese Bewertung liest, wird Ihre Werkstatt in einem positiven Licht sehen.

Es ist einfach, negatives Feedback als unerwünschtes Ergebnis einer einmaligen schlechten Erfahrung oder der unangemessenen Forderung eines bedürftigen Kunden abzuschreiben, aber selbst wenn Sie den Kommentar für ungerecht halten, ist es entscheidend, wie Sie mit diesen Interaktionen umgehen, denn daran werden Sie von potenziellen Kunden gemessen.



**BEZIEHEN SIE REZENSIONEN VON ZUFRIEDENEN KUNDEN.**

Eine gute Möglichkeit, auf eine schlechte Kritik zu reagieren, ist, sich nicht in eine Online-Debatte mit einem Kunden über das Problem, das die Beschwerde verursacht hat, hineinziehen zu lassen.

Stattdessen übertönen Sie die schlechten Nachrichten mit guten Nachrichten, indem Sie positive Bewertungen von Kunden einholen, von denen Sie wissen, dass sie mit Ihrem Service zufrieden sind. Wenn Sie sie gut kennen, bitten Sie sie persönlich um Hilfe. Eine weitere gute Möglichkeit, gute Kritiken zu sammeln, ist, eine einfache E-Mail-Nachricht zu senden, in etwa so:



Guten Tag Frau / Herr [Kundenname],

es ist schön, Sie als Kunden in unserer Werkstatt zu haben. Ihrem letzten Service nach zu urteilen, glauben wir, dass auch Sie mit uns zufrieden sind.

Wir bitten unsere Kunden, uns eine kurze Rezension auf [Link zur Rezensionsseite] zu hinterlassen. Werden Sie uns helfen? Es muss keine lange Nachricht sein, nur ein oder zwei Zeilen wären toll.

Danke für Ihre Zeit und Ihre Geduld. Wir wissen Sie wirklich zu schätzen.

Mit freundlichen Grüßen, 

[Ihr Name]

Viele Unternehmen beschäftigen sich nicht mit Kunden oder bitten sie, Bewertungen zu hinterlassen. Wenn Sie jedoch auf Ihre Kunden zugehen, könnte dies große Vorteile mit sich bringen. Die Umfrage von Podium ergab, dass 77% der Kunden sagten, sie würden eine Online-Bewertung hinterlassen, wenn sie von einem lokalen Unternehmen gefragt würden. Allerdings fragen nur 13% der lokalen Unternehmen tatsächlich nach Bewertungen, so dass ein potenziell leicht zugängliches und leistungsstarkes Verkaufstool ungenutzt bleibt.

**„Im Wesentlichen ermöglichen glückliche Kunden Ihr bestes Marketing und sie tun es kostenlos,“** says Rea.

**„Es gibt ein enormes Potenzial, Kundenstimmen online zu verstärken - für Unternehmen jeder Größe.“**

**AUS EINER NEGATIVEN BEWERTUNG EINE POSITIVE BEWERTUNG MACHEN.**

Niemand möchte eine schlechte Bewertung erhalten, aber Sie können eine negative in eine positive umwandeln. Der professionelle Umgang mit schlechten Bewertungen gibt Ihnen die Möglichkeit, einen sehr positiven Eindruck bei potentiellen Kunden zu hinterlassen.

Sehen Sie eine schlechte Kritik nicht nur als negativ an, oder dass sie Ihrem Unternehmen schadet, sondern als Chance.

# STEIGERT EIN HERVORRAGENDER KUNDENSERVICE DIE RENTABILITÄT MEINER WERKSTATT?

**Unabhängig von der Größe Ihres Werkstattbetriebes ist der Kundendienst ein starker Treiber für die Rentabilität. Nicht zuletzt, weil die Kosten für den Verlust von Geschäften durch schlechten Kundenservice weitaus höher sind, als die Kosten für einen guten Kundenservice.**

**„Laut ThinkJar ist es 6 bis 7 mal teurer, einen neuen Kunden zu gewinnen, als einen bestehenden zu behalten.“**

## ALSO, WAS IST GUTER KUNDENSERVICE?

Die meisten würden zustimmen, dass es um das Preis-Leistungs-Verhältnis geht. Wenn Sie ein Produkt oder eine Dienstleistung zu einem bestimmten Preis anbieten, hat der Kunde jeweils entsprechende Erwartungen. Dazu gehört zumindest die berechnete Erwartung, dass Sie einen grundlegenden Support bieten: Fragen klar und einfach beantworten, Probleme schnell lösen, Beschwerden bearbeiten und Arbeitsabläufe richtig managen.

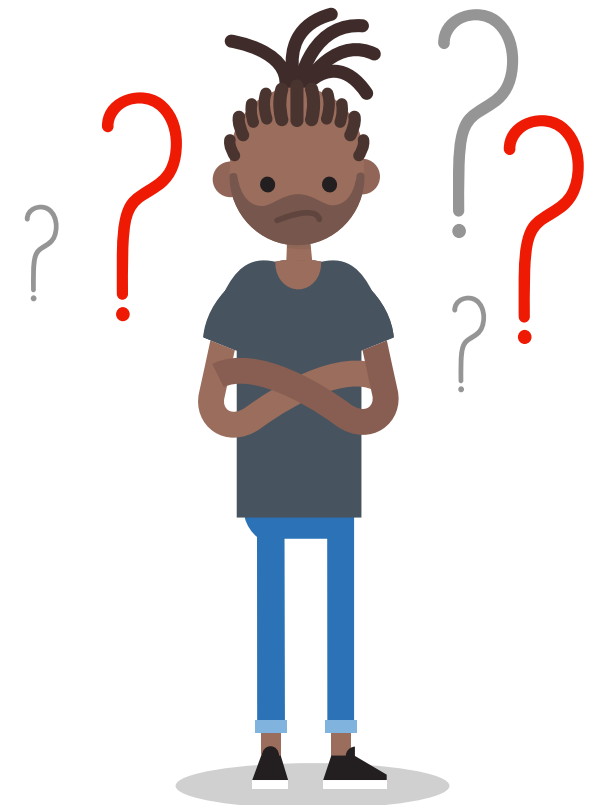
## ALLES GUT UND VERNÜNFTIG, ABER WAS HAT DAS MIT RENTABILITÄT ZU TUN?

Guter Kundenservice bedeutet gleichzeitig, dass Kunden Ihre Leistungen erneut in Anspruch nehmen werden, denn zufriedene Kunden kommen immer wieder. Mit Menschen, die ihre Autos über einen längeren Zeitraum besitzen, wächst der Kfz-Teilemarkt- das sollte für Ihre Werkstatt einen höheren Kundennutzen bedeuten. Zufriedene Kunden bedeuten auch Weiterempfehlungen, die für Ihre Werkstatt von großer Bedeutung sein können.

**KURZUM BRINGT IHNEN EIN GUTER KUNDENSERVICE MEHR AUFTRÄGE, DENN TATEN SPRECHEN MEHR ALS WORTE.**

Guter Kundenservice bedeutet auch ein stärkerer Name. Für jedes Unternehmen, vom Einfamilienbetrieb mit einem Standort bis zum größten internationalen Unternehmen, ist Ihr Name Ihr wertvollstes Kapital. Es ist Ihr Image in der Öffentlichkeit, Ihre Visitenkarte und Ihr Kundenservice ist integraler Bestandteil davon. Ein vertrauenswürdiger Name oder Marke ist wie eine ständig positive Botschaft, die in die Welt hinausgetragen wird. Ein ruiniertes Name oder eine negativ belastete Marke reduziert die Rentabilität. Eine angesehene Marke wächst und wächst, was den Gewinn Ihres Unternehmens erhöht.

Dies ist umso wichtiger in der neuen Welt von Social Media, in der Beschwerden und Komplimente sofort und manchmal dauerhaft sichtbar sind. In dieser Landschaft ist Ihre Marke nicht mehr das, was Ihre Anzeigen vermitteln sollen. Ihre Marke ist das, was Ihre Kunden darüber sagen und denken. Und wenn sie online darüber sprechen, dann weiß auch jeder darüber Bescheid.





Guter Kundenservice bedeutet, Ihren Kunden zuzuhören. Wenn Sie Ihren Kunden zuhören, werden Sie herausfinden, was sie wirklich wollen und brauchen. Ihre Kunden werden Ihnen ihre Bedürfnisse mitteilen und bestimmen, wie Sie sich geschäftlich verhalten sollten. Sie werden Ihnen sagen, was sie an dem was Sie tun mögen, was sie nicht mögen und wovon sie mehr wollen.

Sie können diese Informationen verwenden, um Ihr Angebot zu optimieren. Jede Veränderung, die Sie vornehmen, wird Ihnen einen Vorteil gegenüber Ihrer Konkurrenz verschaffen. Versuchen Sie beim nächsten Mal ein paar Fragen an einige Ihrer Stammkunden zu stellen. Zumindest werden Sie ihnen das Gefühl geben, geschätzt zu werden. Bestenfalls können Sie auf neue Ideen und Geschäftsmöglichkeiten stoßen.

### **WELCHE ART VON KUNDENSERVICE STEIGERT DEN GEWINN?**

In gewisser Weise ist es einfach. Es geht nur darum, rücksichtsvoll und nachdenklich zu sein und sich Zeit zu nehmen den Kunden zufrieden zu stellen. Seien Sie offen zu Ihren Kunden, hören Sie, was sie sagen, hören Sie zu und bestätigen Sie sie. Viel Frustration beim Kundenservice wird auch durch den Kunden verursacht, der das Gefühl hat, dass es eine "Sie und wir" Situation ist, in der sich der Kunde vom Verkäufer vernachlässigt fühlt. Sogar einfache Dinge, wie die persönliche Ansprache, bedanken und fragen, was Sie sonst tun können, um ihnen zu helfen, verleiht Kunden das Gefühl, dass Sie ihnen einen vielseitigen und rücksichtsvollen Service bieten und nicht nur verkaufen wollen. Zufriedene Kunden werden wiederkommen.

Bei einem guten Kundenservice geht es auch um Effizienz. Wenn der Kunde zum Beispiel ein Problem hat, macht das Zuhören nur dann einen Unterschied, wenn Sie anschließend Maßnahmen ergreifen, die das Problem lösen. Ob Sie eine Rückerstattung leisten, einen Fehler korrigieren, ein kostenloses Produkt oder eine kostenlose Dienstleistung anbieten - was auch immer - machen Sie den Kunden auf seine Möglichkeiten aufmerksam und handeln Sie so schnell wie möglich. Sobald Sie das Problem behoben haben, sollten Sie einige Tage später anrufen, um zu überprüfen, ob alles zur Zufriedenheit des Kunden gelöst wurde.

Es ist nicht immer möglich, dem Kunden alles zu geben, was er verlangt, aber durch Flexibilität und eine hilfsbereite Einstellung erhöhen Sie die Kundenbindung und-wiederkehr, deshalb bringen Ihnen diese Dinge langfristig Rentabilität.

Es war nicht immer so. Vor dem Internet waren die Verkäufe viel mehr ein Zahlenspiel. Kundenservice war schon immer so wichtig, aber um mehr Gewinn zu erzielen, ging es oft darum, so viele Produkte und Dienstleistungen wie möglich zu verkaufen.

Heute wählen die Kunden die Unternehmen, mit denen sie eine tiefere Geschäftsbeziehung aufbauen wollen, selbst aus und lassen sich davon nicht abbringen, was besonders bei den jüngeren Kunden zutrifft.

Abschließend kann man sagen, dass ein exzellenter Kundenservice Ihnen alle Möglichkeiten bietet, Ihre Gewinne zu steigern. Hier sind drei praktische Tipps, die Sie in die Praxis umsetzen können.

## **1. Kompetenz**

Dies kann durch den Einsatz von zertifizierten Mechanikern in Ihrem Team demonstriert werden. Eine Zertifizierung, die prominent im Empfangsbereich der Werkstatt platziert ist, sagt Ihren Kunden, dass Ihre Mitarbeiter Profis sind, die einen großen Wert auf gute Arbeit legen und ihre Arbeit pünktlich erledigen. Sie zeigen, dass sie in der Lage sind, die Kunden bei Bedarf zu beraten und Fragen zu beantworten.

## **2. Zuverlässigkeit**

Führen Sie die Reparaturarbeiten termingerecht durch und bieten Sie eine Garantie an. Der Kunde hat dann keinen Grund jemals woanders hinzugehen.

## **3. Ehrlichkeit**

Ehrlichkeit ist der Schlüssel zur Gewinnung von Stammkunden und guten Empfehlungen. Viele Kunden wissen nicht genau, was wirklich unter der Motorhaube vor sich geht. Dies wird sich nur verstärken, wenn es zunehmend immer mehr Elektrofahrzeuge geben wird. Aufgrund des fehlenden Wissens befürchten Kunden, dass sie von einer Werkstatt „abgezockt“ werden könnten. Es wird vermutet, dass diese Werkstätten überhöhte Preise verlangen und behaupten, dass unnötige Arbeit geleistet werden muss, um mehr Dienstleistungen zu verkaufen. Kunden wollen Lieferanten, denen sie vertrauen können. Wenn dies eingetreten ist, wird der Kunde ein Leben lang bei Ihnen bleiben und dazu beitragen, die Werkstatt langfristig profitabel zu machen.

# SCHAFFEN SIE EINE KUNDENORIENTIERTE ATMOSPHÄRE IN IHRER WERKSTATT

Guter Kundenservice steigert den Umsatz, bringt Wachstum und Einnahmen. Damit auch Ihre Werkstatt erstklassigen Kundenservice bieten kann, haben wir hier fünf Tipps für Sie:



**SCHULEN SIE  
IHR TEAM**



**SCHAFFEN SIE  
EINEN LEITSPRUCH**



**MACHEN SIE  
JEMANDEN ZUM  
VORBILD**



**LOBEN SIE GUTEN  
KUNDENSERVICE**

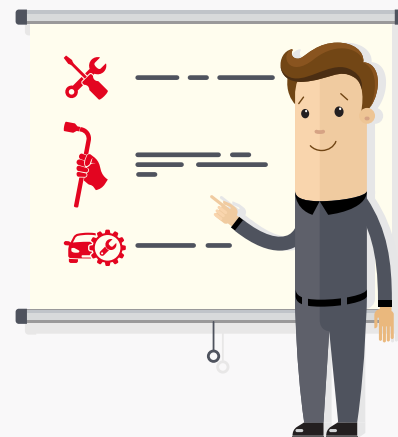


**TRETEN SIE EINEM  
NAMHAFTEN  
NETZWERK BEI**

## SCHULEN SIE IHR TEAM

Alle Mitarbeiter müssen sich bewusst sein, welchen Einfluss ihr Handeln auf die allgemeine Kundenservicestrategie und die Kundenerfahrung hat.

Sie müssen ALLE Mitarbeiter schulen, damit sie die Kundenservicestrategie verstehen und befolgen.



## SCHAFFEN SIE EINEN LEITSPRUCH

Fassen Sie Ihre Kundenservicestrategie in einem Leitspruch zusammen und hängen Sie ihn für alle sichtbar an die Wand. Der Leitspruch sollte kurz und prägnant sein, so dass jeder ihn verstehen und sich merken kann.

Das hilft Ihrem gesamten Werkstattteam dabei, erstklassigen Kundenservice zu liefern.



**MACHEN SIE JEMANDEN  
ZUM VORBILD**

Schaffen Sie eine Kundenservicekultur, indem Sie Kundenservice-Botschafter ernennen. Auch wenn Ihre Werkstatt klein ist und Sie nur wenige Mitarbeiter haben, sollten Sie ein Führungsteam oder auch nur einen Mitarbeiter zum Botschafter in Sachen Kundenservicekultur ernennen.

**LOBEN SIE GUTEN  
KUNDENSERVICE**

Geben Sie positives Feedback, wenn Mitarbeiter ihren Beitrag zu einer guten Kundenservicekultur geleistet haben, und nutzen Sie diese Erfolgsgeschichten als Beispiel für andere.

**TRETEN SIE EINEM  
NAMHAFTEN NETZWERK BEI**

Stellen Sie sicher, dass Ihre Kunden wissen, dass Sie guten Kundenservice leisten, indem Sie einem namhaften Werkstattnetzwerk beitreten und Ihre Zugehörigkeit im Empfangsbereich gut sichtbar machen.



# 7 ZEICHEN VON SCHLECHTEM KUNDENSERVICE UND WIE MAN DIESE VERMEIDET

**Ein guter Kundenservice ist der Schlüssel zum reibungslosen Ablauf eines jeden Unternehmens. Als Kunde sind Sie zufriedener und sind eher bereit zurückzukehren, wenn der Service, den Sie erhalten haben, nicht nur freundlich, sondern auch effizient und effektiv war. Es passiert schnell, dass ein guter Kundenservice vernachlässigt wird, wenn ein Unternehmen dem Druck ausgesetzt wird, einfach nur Geld zu verdienen und zu überleben. Dabei gilt es zu berücksichtigen, dass Ihre laufende Rentabilität von einem guten Kundenservice abhängt. Lassen Sie sich einen guten Kundenservice nicht entgehen. Sie müssen ihn aufrechterhalten, damit die Kunden wiederkommen und das Geschäft stark bleibt.**

**HIER SIND EINIGE DER VERRÄTERISCHEN ANZEICHEN VON SCHLECHTEM KUNDENSERVICE UND WIE MAN SIE VERMEIDEN KANN:**

## **1. Die verzögerte Begrüßung**

Das einfachste Element von gutem Kundenservice ist es, sicherzustellen, dass Ihre Mitarbeiter Kunden willkommen heißen. Eine langsame Reaktion auf Besucher führt immer zu einem schlechten Start, nicht zuletzt, weil die Zeit Ihrer Kunden wahrscheinlich genauso begrenzt ist wie Ihre. Die Fahrzeuge werden oft in etwa zur gleichen Zeit in die Werkstatt gebracht, wenn Kunden beispielsweise ihre Kinder in die Schule bringen oder zur Arbeit fahren, also dann, wenn die Zeit knapp ist. Die Tatsache, an diesem Tag keinen Zugriff auf sein Auto zu haben, ist für den Kunden nicht nur stressig, sondern kann auch ein logistischer Albtraum sein- noch bevor er überhaupt über die Kosten nachgedacht hat.

## **2. Ein schlechter Empfang**

Ein unfreundlicher Empfang bringt auch einen schlechten Start. Ein einladender Händedruck und ein Lächeln können

jede Anspannung lösen und den Kunden zufrieden stellen. Das erleichtert und beschleunigt nicht nur den Umgang mit dem Kunden, sondern schafft auch Vertrauen in Ihren Service und Ihr Unternehmen. Dies ist besonders wichtig für Fahranfänger oder Kunden, die wenig mechanische Kenntnisse haben- für sie kann der Besuch in einer Werkstatt ein einschüchterndes Erlebnis sein. Es ist wichtig, die Kunden zu beruhigen und zu beweisen, dass Sie sich um ihr Problem kümmern, auch wenn es nur klein oder unbedeutend ist. Es ist wichtig, dies zu tun, ohne dabei belehrend zu wirken.

## **3. Eine unordentliche Werkstatt**

Ein schäbiger, schmutziger Empfangsbereich mit gebrauchten Kaffeetassen und Personal, das durch Twitter scrollt, wird niemals Vertrauen erwecken. Obwohl Sie ein Buch nicht nach seinem Umschlag beurteilen sollten, sind wir alle verantwortlich, unseren ersten Eindruck auf Grundlage des Aussehens zu hinterlassen. Auch wenn Sie in Bezug auf die physische Struktur des Gebäudes eingeschränkt sind, gibt es fast immer Verbesserungen, die gemacht werden können. Manchmal reicht es auch einfach den Wänden einen neuen Anstrich zu verpassen, sowie bequeme Stühle

und einen Stapel Zeitschriften bereitzustellen, um den Kunden zu vermitteln, dass dies eine vertrauenerweckende Einrichtung ist.

## **4. Kunden warten lassen**

Wenn Kunden anrufen und ihnen gesagt wird, dass ihr Auto nicht fertig ist, ist das ein Zeichen dafür, dass Sie entweder zu vielversprechende Bearbeitungszeiten haben oder dass Sie ineffizient arbeiten. So oder so, es ist ein schlechtes Zeichen. Schnelligkeit ist ein wichtiger Teil eines jeden Services, nicht nur, weil der Kunde weniger Zeit mit Warten verbringen muss, sondern auch, weil Sie mehr Kunden in die tägliche Arbeit einbinden können, was wiederum Ihren Gewinn maximiert. Arbeiten Sie nicht so schnell, dass Sie einsparen müssen oder so schnell, dass Sie das Fehlerrisiko erhöhen. Es ist wichtig, dass Sie die richtige Balance für sich und Ihr Unternehmen finden, da dies einen großen Einfluss auf den Eindruck des Kunden haben kann. Stellen Sie sicher, dass Ihre Mitarbeiter sachkundig sind und gründlich arbeiten, um einen schnellen und qualitativ hochwertigen Service zu bieten.



## 5. Schlechte Kommunikation

Kommunikation ist der Schlüssel in so ziemlich jedem Aspekt des Lebens, vor allem in der Führung eines Unternehmens. Damit ist die Kommunikation zwischen Mitarbeitern und Management, als auch zwischen Mitarbeitern und Kunden gemeint. Wenn ein Kunde sein Auto bei Ihnen abgibt, tragen Sie die Verantwortung für dieses Auto. Autos sind in der Regel nicht nur teuer, sondern auch unverzichtbar für einen Kunden, daher ist es wichtig, dass Sie den Kunden wissen lassen, wie die Arbeit an seinem Auto vorankommt. Dies gilt vor allem bei teuren Reparaturen, die einen langen Zeitraum in Anspruch nehmen können. Den Kunden darüber zu informieren, was getan wird, wie viel es kostet und wie viel Zeit es in Anspruch nimmt, gibt ihm Sicherheit und stärkt das Vertrauen in Ihre Arbeit.

## 6. Unflexible Terminvereinbarungen

In der Welt des 21. Jahrhunderts sind alle beschäftigt und immer in Eile. Dies kann die Wartung oder Reparatur Ihres Autos zu einer echten Unannehmlichkeit machen. Es macht einen guten Eindruck flexibel und zuvorkommend zu sein und zeigt, dass man da ist, um zu helfen. Dies kann sehr hilfreich sein für Leute, die Vollzeit arbeiten und ihr Auto erst nach der Arbeit abholen können oder die ihr Auto zu einem bestimmten Zeitpunkt wieder benötigen. Diese Flexibilität ist für Kunden besonders attraktiv und kann dazu beitragen, Ihren Ruf zu verbessern.



## 7. Mangelnde Einsatzbereitschaft

Ein wichtiger Aspekt eines guten Kundenservice ist Gründlichkeit. Aufgrund der vielen komplexen Teile und verschiedenen Systeme, die alle gleichzeitig in einem Auto zusammenarbeiten, kann es sein, dass mehr als nur eine Sache auf einmal repariert werden muss. Es kann für den Kunden frustrierend sein, wenn nachträglich festgestellt wird, dass Sie zwar diese eine Sache behoben haben, aber noch einen anderen Fehler übersehen haben, den Sie hätten bemerken können. Durch diese zusätzlichen Kontrollen können gegebenenfalls sich entwickelnde Probleme frühzeitig aufgedeckt und behoben werden und der Kunde wird nicht wieder durch eine erneute Reparatur gezwungen, Ihre Werkstatt aufzusuchen. Prävention kann auch viel schneller und billiger sein, sowohl für Ihr Unternehmen als auch für den Kunden, was wiederum deutlich macht, dass gründliches Arbeiten für beide Seiten hilfreich sein kann.

## FAZIT

Trotz der zuvor aufgelisteten Punkte ist ein guter Kundenservice wirklich nicht so schwierig, wie es sich anhört. Schon die Umsetzung von ein oder zwei dieser Ideen könnte einen Unterschied für Ihren Service und die Erfahrung Ihrer Kunden bedeuten. Dies wiederum kann wirklich dazu beitragen, Ihr Unternehmen und seinen Ruf zu verbessern sowie Ihre Gewinne zu steigern.

# VERBESSERN SIE IHREN KUNDENSERVICE, INDEM SIE DIE EMOTIONALE BELASTBARKEIT IN IHRER WERKSTATT STÄRKEN

Je weniger gestresst Sie sind, desto mehr Zeit und Energie können Sie in einen hervorragenden Kundenservice investieren.

Um Stress zu bekämpfen, führen immer mehr kleine Unternehmen Arbeitsverfahren ein, die die emotionale Belastbarkeit erhöhen sollen. So profitieren Ihr Team, Ihre Kunden und Ihr Ergebnis von der höheren Belastbarkeit Ihres Werkstattgeschäfts.

Unsere emotionale und physische Belastbarkeit - manchmal einfacher „innere Stärke“ genannt - versetzt uns in die Lage, herausfordernde Situationen sowohl im Beruf als auch im Privatleben zu meistern. In schwierigen Zeiten - etwa wenn die Wirtschaft in einer Krise steckt, wenn die Arbeitsplatzsicherheit ungewiss ist, wenn finanzielle Belastungen auf uns zukommen und wenn Familienkrisen uns treffen - erleben wir ein vermindertes emotionales Wohlbefinden. Bewältigungsstrategien, die uns helfen, unseren persönlichen Stress in den Griff zu bekommen, können unsere emotionale Belastbarkeit erhöhen und verbessern.

## SCHLAF UND ERNÄHRUNG

Man darf nicht unterschätzen, wie wichtig guter Schlaf ist, um uns widerstandsfähiger zu machen. Ohne ausreichenden Schlaf leidet die körperliche Gesundheit und somit fehlt die Kraft, die man in einer Werkstatt braucht. Schlafmangel kann außerdem zu Fehlentscheidungen führen. Man sollte immer bedenken, dass die Sicherheit der Kunden von der Qualität der Arbeit in einer

Werkstatt abhängen kann. Ein Mangel an guter Schlafqualität verringert auch Ihre Belastbarkeit, weil es das emotionale Wohlbefinden und das persönliche Selbstvertrauen schwächt.

Was Sie essen, wirkt sich auch auf Ihre Gesundheit und Leistung aus - wer gut sein will, muss auch gut essen. Menschen, die sich gut ernähren, haben laut einem Bericht des Footprint Forums einen um 28% besseren Wert für Stressbewältigung. Ernährung, Bewegung und Schlaf sind unmittelbar mit dem Stressniveau verbunden und jeder Mensch geht mit Stress anders um.

## GUTES MANAGEMENT

Ein Werkstattdirektor kann eine wichtige Rolle dabei spielen, Krankheiten im Team vorzubeugen, sei es körperlich oder emotional, indem er Anzeichen von Ängsten oder Veränderungen im Verhalten oder in der Leistung stets im Auge behält. Dies kann sowohl dem Unternehmen als auch den Teammitgliedern selbst helfen. Ein wirklich guter Werkstattdirektor kann den Verlust von Arbeitszeiten durch Abwesenheit und Krankheit sowie den Verlust von talentierten Werkstattinstallateuren, die sonst das Unternehmen verlassen könnten, verhindern.

Studien zeigen, dass Mitarbeiter, die für Unternehmen arbeiten, die sich um die Gesundheit und das Wohlbefinden ihrer Mitarbeiter kümmern, viermal häufiger bei diesem Arbeitgeber bleiben.

## SEIEN SIE INFORMIERT

Ein Werkstattdirektor kann lernen, wie man mit psychischer Gesundheit am Arbeitsplatz umgeht und wie man mit Stress umgeht. Die Fähigkeiten und das Vertrauen, welches dadurch aufgebaut wird, können einen großen Unterschied für den Einzelnen, das Team und den Ruf sowie die Leistung des Unternehmens machen.

Dies muss nicht gleich bedeuten, dass man teure Weiterbildungskurse aufsuchen muss. Eine aktuelle Studie von Mind legt nahe, dass gestresste Arbeitnehmer stillschweigend leiden können und dass Arbeitgeber mehr tun sollten, um Stress abzubauen. In Anbetracht der Tatsache, dass Stress nach wie vor die häufigste Ursache für Abwesenheit von der Arbeit ist und psychische Erkrankungen (einschließlich Stressangst und Depressionen) die am weitesten verbreitete Ursache für langfristige Abwesenheit bei Arbeitnehmern, so ist die psychische Gesundheit am Arbeitsplatz heute eine entscheidende Priorität für Arbeitgeber. Stellen Sie sicher, dass Sie die psychischen Bedürfnisse Ihres Teams berücksichtigen und Ihr Team unterstützen.

## ACHTSAMKEIT

Unterschätzen Sie nicht die Wirkung von Achtsamkeit - sie könnte Ihnen und Ihrem Team helfen, belastbarer zu werden und Stress zu regulieren.

Die Forschung in der kontemplativen Neurowissenschaft legt nahe, dass Achtsamkeit - die Praxis, die Aufmerksamkeit auf den gegenwärtigen Moment zu lenken - uns widerstandsfähiger macht, unsere Stressreaktion reguliert, unsere emotionale Intelligenz erhöht und unsere Konzentrationsfähigkeit stärkt.

Sie können Achtsamkeit erreichen, indem Sie jeden Tag nur ein paar Minuten meditieren. Meditations-Apps wie Insight Timer oder Headspace sagen Ihnen, was Sie tun müssen.

Wenn Meditation nichts für Sie ist, gönnen Sie sich einfach etwas Zeit in Ihrem Alltag, um Ihren Gedanken etwas Raum zu gewähren ohne ständig durch E-Mails und Social Media unterbrochen zu werden. Vielleicht machen Sie einen Mittagsspaziergang, um etwas frische Luft zu schnappen und wenn Sie das tun, dann überlegen Sie sich vielleicht ohne Ihr Handy loszugehen!

Wenn Sie auf den emotionalen Zustand von sich und Ihren Kollegen achten, können Sie für ein gesundes Wohlbefinden in Ihrer Werkstatt sorgen, in der jeder in der Lage ist, stets einen exzellenten Kundenservice zu bieten.



# FÜNF DINGE, DIE EIN MECHANIKER IM KUNDENSERVICE BEACHTEN SOLLTE



## PRODUKTWISSEN

Wissen, wie das Produkt, das eingebaut wird, im Fahrzeug funktioniert, gibt dem Mechaniker Sicherheit.



## GEDULD

Kunden müssen das Gefühl haben, dass man ihnen zuhört – also nehmen Sie sich dafür Zeit.



## POSITIV FORMULIEREN

Seien Sie kundenorientiert und sagen Sie, was Sie tun können, nicht was Sie nicht tun können.



## DER FELS IN DER BRANDUNG

Bleiben Sie immer ruhig und zeigen Sie, dass Sie jedes Problem lösen können.



## INTERESSE ZEIGEN

Stellen Sie am Ende der Kundeninteraktion immer sicher, dass der Kunde zufrieden ist.



# BEISPIELE FÜR GUTEN KUNDENSERVICE

**Wenn man einmal einen hervorragenden Kundenservice erlebt hat, vergisst man das so schnell nicht mehr. Einige Beispiele sind so großartig, dass sie sogar für Menschen, die sie nicht erlebt haben und nur von ihnen gehört haben, unvergesslich geworden sind. Hier sind einige unserer Lieblingsgeschichten über einen gelungenen Kundenservice. Sie sind nicht von Werkstattbetrieben, aber sie zeigen wie effektiv guter Kundenservice sein kann. Diese Erfahrungen könnten Sie motivieren über ähnliche Ideen nachzudenken, die Sie dann selbst in die Praxis umsetzen können.**

## EINEN SCHRITT WEITER GEHEN

Der Autor und Unternehmensberater Peter Shankman machte sich bereit für einen 2-stündigen Flug, nachdem er bereits einen langen Reisetag hinter sich hatte. Um seine Frustration auszudrücken, beklagte er sich auf Twitter, dass er verhungern würde bis er landet und twitterte scherzhaft der bekannten Restaurantkette Morton's Porterhouse und sagte: „Hey, @Mortons – Können wir uns in zwei Stunden am Newark Flughafen mit etwas zu essen von Porterhouse treffen, wenn ich lande? Super, vielen Dank. :)“

Am Flughafen wurde Shankman von einem Kerl im Smoking begrüßt, der ihm ein 680g Porterhouse Steak, eine Bestellung von Colossal Garnelen, einer Portion Kartoffeln, Brot, zwei Servietten und Besteck, alles bereit zum Mitnehmen in einer Morton's Porterhouse Tasche, überreichte.

Irgendwie hat die nächste Filiale von Morton's Porterhouse Mr. Shankman's Fluginformationen aufgespürt und herausgefunden, wo er landete, das Essen gekocht und

ist dann 23,5 Meilen gefahren, um es zu liefern. Der Vorfall wurde zu einem Hit auf Twitter, ebenso wie Morton's Porterhouse.

## KREATIVES GENIE

Manchmal kann sogar eine Marke, die für ihren tadellosen Kundenservice bekannt ist, einen Gang höher schalten und genau das hat das Ritz-Carlton mit Hilfe des mittlerweile berühmten Plüschtieres Joshie die Giraffe gemacht.

Als der verzweifelte Sohn des Kunden Chris Hurn von einem Urlaub im Ritz-Carlton auf Amelia Island in Florida heimkehrte, informierte er seinen Vater, dass er versehentlich sein geliebtes Plüschtier, Joshie die Giraffe, in seinem Hotelzimmer zurückgelassen hatte. Als Antwort auf das Problem versicherte der Vater seinem Sohn, dass Joshie nur für ein paar Tage in Florida bleiben würde und bald zu Hause sein würde.

Herr Hurn rief das Ritz-Carlton an, um zu sehen, ob Joshie gefunden wurde. Glücklicherweise, wurde das Plüschtier

gefunden und bat das Hotel, es ihm zuzuschicken. Während des Gesprächs erwähnte Herr Hurn auch Joshie's imaginären „Urlaub“.

Mit dem Ritz-Carlton wurde die kreative Lösung von Herrn Hurn Wirklichkeit. Bevor er Joshie zurückschickte, nahm das Hotelpersonal mit Joshie eine Reihe von Urlaubsfotos auf. Dazu gehörten Bilder von ihm, wie er sich am Pool entspannte, eine Massage im Spa genoss und eine Runde Golf spielte. Die Geschichte wurde sowohl über Social Media als auch über traditionelle Medien verbreitet und ist inzwischen zu einer legendären Geschichte als Beweis eines großartigen Kundenservice geworden.

## WIRKLICH HILFREICH SEIN, WENN ES DARAUFGELANGT

Ein Kunde des Brillenherstellers Warby Parker erhielt einmal das, was er als vielleicht den „besten Kundenservice aller Zeiten“ bezeichnete. Nachdem er versehentlich seine geliebte Warby Parker Lesebrille im Zug gelassen hatte, bestellte

sich Michael John Mathis am nächsten Tag ein weiteres identisches Paar. Als das Paket ankam, erhielt er jedoch nicht nur eine, sondern zwei Lesebrillen sowie eine Kopie des klassischen Reiseromans „On The Road“ von Jack Kerouac und diese Notiz:

„Hi Michael, das mag seltsam sein... aber du hast mir auf der Zugfahrt von NYC nach Boston vor ein paar Wochen gegenüber gesessen und deine Brille im Zug liegen lassen! Wie es der Zufall will, bin ich der Leiter der Rechtsabteilung von Warby Parker und es gibt nichts, was ich mehr mag als verrückte Zufälle.. Ich hoffe, diese Brillen kommen in einem guten Zustand bei dir an! (Wir haben auch bemerkt, dass Ihre Linsen zerkratzt waren, also haben wir Ihnen ein neues Paar dabei gelegt!“

#### WAHRE SORGFALT UND RÜCKSICHTNAHME

Dies ist eine traurige und bewegende Geschichte, aber vielleicht die mächtigste von allen. Großvater Mark Dickinson war auf dem Weg nach Denver, um seinen Enkel zu sehen, der im Koma lag und nicht einmal mehr als 24 Stunden leben sollte. Nachdem es Herrn Dickinson gelungen war, einen Last-Minute-Flug zu buchen, wurde er durch den Verkehr aufgehalten und kam 12 Minuten verspätet nach Abflugzeit seines Fluges von Southwest Airlines am Gate an. Am Tor des Gates stand der Pilot und erwartete ihn und sagte: „Ohne mich können wir hier nicht weg und ich würde nirgendwo ohne Sie hinfliegen. Entspannen Sie sich. Wir bringen Sie hin.“

Guter Kundenservice ist oft etwas, worüber man redet, aber eigentlich tut man nichts dafür. Viele reden davon, für die Kunden einen Schritt weiter zu gehen, aber tun sie das

wirklich? All dies zeigt, welchen Unterschied ein großartiger Kundenservice machen kann, wenn man ihn wirklich bietet.

Wann immer Sie können, nutzen Sie die Gelegenheit, einen wirklich durchdachten und unvergesslichen Kundenservice zu bieten. Sie gewinnen dauerhafte Loyalität vom Kunden und der Kunde profitiert davon. Wie in den Geschichten, die Sie hier gelesen haben, werden Sie vielleicht feststellen, dass sich Ihre Kundenservice-Geschichte ausbreiten wird und Sie viele weitere Kunden gewinnen können. Gute Nachrichten verbreiten sich schnell und das war nie leichter, seit Social Media zu einem Teil unseres täglichen Lebens geworden ist. Also erzählen Sie eine großartige und unvergessliche Geschichte rund um das Thema Kundenservice und Ihr Name wird in aller Munde sein.



# 10 TIPPS ZUR KUNDENBINDUNG UND WIE MAN ES SCHAFFT, DASS KUNDEN WIEDERKOMMEN

**„Zwei Drittel der Verbraucher (68%) sind bereit, bis zu 15% mehr für das gleiche Produkt oder die gleiche Dienstleistung zu bezahlen, wenn sie sich sicher sind, dass sie dort gut aufgehoben sind.“ – Podium**

**Immer wieder zeigen Umfragen und Statistiken, dass ein guter Kundenservice nicht nur für den Kunden, sondern auch für das Unternehmen von großer Bedeutung ist. Hier sind zehn Möglichkeiten, wie Sie sicherstellen können, dass Ihre Werkstatt einen guten Service liefert:**

## 1. Waschen und saugen

Eine Ergänzung zum allgemeinen Werkstattservice, die sich sehr positiv auswirkt, ist, dass alle Autos gewaschen, gesaugt und fahrbereit gemacht werden. Der Kunde verlässt die Werkstatt dann in einem Fahrzeug, das nicht nur unter der Motorhaube in Stand gesetzt wurde, sondern auch von außen gut aussieht und sauber ist. Der Kunde wird unterbewusst spüren, dass das Auto, wenn es gut gereinigt wurde auch gut repariert wurde und der frische Geruch, der in den Tagen nach dem Service im Fahrzeug verweilt, ist eine ständige Erinnerung an Ihre gute Arbeit. Waschen und Saugen ist auch ein praktischer Vorteil für den Kunden, denn es spart ihm Zeit.

## 2. Nichts ist zu viel verlangt

Kunden können frustriert sein, wenn Reparaturen länger dauern, als ihnen gesagt wurde, deshalb ist es wichtig, nicht zu viel zu versprechen. Besser ist es, wenn man keine zu großen Versprechungen macht und diese dann aber übertrifft. Aber auch wenn es länger dauert als erwartet, können Sie dies zu

Ihrem Vorteil nutzen. Zum Beispiel: Wenn der Kunde bei Ihnen wartet, können Sie ihm anbieten, ihn nach Hause zu fahren und das Auto später am Tag vorbeizubringen. Dies erspart Ihrem Kunden eine Menge Unannehmlichkeiten und Zeit und gleichzeitig hinterlässt dies bei ihm ein sehr positives Gefühl gegenüber Ihrer Werkstatt.

## 3. Seien Sie offen, ehrlich und verständlich

Kunden vertrauen und schätzen Sie mehr, wenn Sie vor und nach der Reparatur erklären, was mit ihrem Fahrzeug nicht stimmt und Sie können sie weiter beruhigen, indem Sie ihnen alle defekten Teile zeigen, die ersetzt wurden. Dies wird dem Kunden versichern, dass die Arbeit, die Sie geleistet haben, notwendig war und sein Auto wieder sicher in Stand gesetzt wurde. Es zeigt außerdem auch Ihren Respekt gegenüber dem Kunden, weil Sie sich die Zeit eingeräumt haben, alles genau zu erklären. Einige Kunden finden Werkstätten einschüchternd und befürchten, dass bei ihnen zu viel berechnet wird, weil sie sich mit Autos nicht so gut auskennen wie eine Werkstatt. Auch wenn diese Kunden Ihre Erklärung nicht ganz verstehen können, werden sie es zu schätzen wissen und Ihnen vertrauen. Und hier gibt es noch einen weiteren Vorteil. Andere Kunden, die bei Ihnen ein und aus gehen, werden die aufklärenden Gespräche, die Sie geben, mit anhören und sich beruhigt fühlen, dass Sie sich verpflichtet fühlen eine gute, ehrliche Beratung anzubieten, mit

dem Wunsch, alle Probleme zu den geringstmöglichen Kosten für den Kunden zu lösen.

## 4. Seien Sie gewissenhaft bei Ihren Preisen

Wenn Sie in Bezug auf das Angebot gewissenhaft fair sind, kann sich das für Sie auszahlen. Um ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis zu gewährleisten, vergleichen die Kunden oft Angebote von zwei oder mehreren Werkstätten. Es kann daher sein, dass Kunden zu Ihnen kommen, denen bereits von einer anderen Werkstatt zu viel berechnet wurde. Eine echte und ehrliche Beurteilung von Ihnen kann zu einem Preis führen, der gut für Sie ist und die Konkurrenz trotzdem unterbietet. Mit einem fairen Angebot können Sie einen Kunden gewinnen, der auch seine Freunde und Familie zu Ihnen bringt - auf lange Sicht weitaus profitabler als die maximale Gebühr für einen Job.

## 5. Unterbieten Sie sich

Eine weitere Sache, die Kunden beeindruckt, ist, wenn der Preis niedriger ist als der zuvor angebotene Preis. Wenn Sie nach Abschluss des Auftrags feststellen, dass Sie einen Preis angegeben haben, der wirklich über den Kosten liegt, die Sie für den Auftrag benötigen, stellen Sie dem Kunden diesen reduzierten Preis in Rechnung. Es gibt kaum eine Geste die einen Kunden mehr beruhigt und erfreut, als dass er weniger als erwartet in Rechnung gestellt bekommt.



## **6. Seien Sie verfügbar**

Einige Werkstätten stehen für die Abholung und Rückgabe von Fahrzeugen an sieben Tagen in der Woche zur Verfügung, was die Kunden lieben. Nicht alle Unternehmen können diesen Service anbieten, aber wenn Sie früh und/oder spät verfügbar sind, kann es Ihnen einen Wettbewerbsvorteil verschaffen.

## **7. Geben Sie eine Garantie auf Ihre Leistungen**

Stellen Sie sicher, dass alle von Ihnen angebotenen Arbeiten und Teile mindestens ein Jahr lang mit einer Garantie verbunden sind. Dies ist ein Service, den die meisten renommierten Werkstätten anbieten und Sie sollten ihn auch anbieten, wenn Sie im heutigen Ersatzteilmarkt konkurrieren wollen.

## **8. Versuchen Sie ruhige Zeiten zu nutzen**

Wenn Sie einen Kunden mit einem komplizierteren Problem haben, versuchen Sie vorzuschlagen, dass er zu einer ruhigeren Zeit- am späten Morgen oder am frühen Nachmittag - kommt und nicht erst am frühen Abend, wenn die Autos abgesetzt werden oder wieder abgeholt werden. Wenn es ein spezielles Problem gibt, welches Sie sich auf Wunsch des Kunden genauer ansehen sollen, dann stellen Sie sicher, dass Sie zusätzliche Zeit einplanen. Länger andauernde oder ungeplante Arbeiten können zu einem Chaos und überfüllten Terminkalender in Ihrer Werkstatt führen.

## **9. Die Dinge von Anfang an in Ordnung bringen**

Es ist Ihre Aufgabe, über Autos Bescheid zu wissen und nicht die Aufgabe Ihrer Kunden. Deshalb müssen Sie Ihre Kunden unterstützen, damit diese ihr Anliegen klar und präzise

erklären können und Sie erfahren, was sie von Ihnen erwarten. Es kann helfen, es aufzuschreiben, besonders wenn sie viel Arbeit benötigen oder die Symptome schwer zu beschreiben sind. Dadurch werden spätere Missverständnisse vermieden, die Ihren Kunden stören könnten. Holen Sie sich so viele Details wie möglich vom Fahrzeugbesitzer. Ein kleines Detail wie z.B. "Ich höre das Geräusch nur, wenn das Auto rückwärts fährt", kann bei der Fehlerdiagnose einen großen Unterschied machen. Unklare und nur hin und wieder auftretende Fehler können schwer zu finden sein und die Suche nach ihnen kann dazu führen, dass Ihre Mechaniker in Verzug geraten. Also bitten Sie Ihre Kunden, Ihnen so viele Informationen wie möglich zu geben.

## **10. Stellen Sie eine vollständige und detaillierte Rechnung aus**

Eine vollständig aufgeschlüsselte Rechnung, in der alles aufgeführt ist, was mit dem Auto gemacht wurde, wie lange es gedauert hat und wie viel die Teile kosten, gibt Ihrem Kunden große Sicherheit. Dies zeigt, dass Sie ein sehr gut organisiertes Unternehmen sind und so können gleichzeitig jegliche Missverständnisse und Auseinandersetzungen bezüglich der Kosten vermieden werden.

Alle oben genannten Dienstleistungen werden die Loyalität und das Vertrauen Ihrer Kunden stärken und wie wir zu Beginn sagten, bevorzugen die Leute es eine Werkstatt zu besuchen, die zufriedenstellende Leistungen liefern kann. Versuchen Sie so viel Kundenservice wie nur möglich in die Realität umzusetzen und anzubieten, nur so werden Sie mehr Kunden gewinnen und halten können.

# VIELEN DANK FÜR DAS LESEN

---

[trwaftermarket.com/originalwerkstätten](https://trwaftermarket.com/originalwerkstätten)

Wir hoffen, dass Sie einige Ideen gefunden haben, die Ihnen helfen, Probleme zu lösen, Ihren Kundenservice zu verbessern und Ihr Unternehmen stark zu halten. Besuchen Sie weiterhin den **#ORIGINALWORKSHOPS** Hub, um weitere hilfreiche Tipps und Ratschläge zu Workshop-Themen wie digitales Marketing, Beschaffung von Teilen und Geschäftserfolg zu erhalten.