



Servicevermarktung im Internet

Verkaufshilfe

TÜV NORD Mobilität hat gemeinsam mit Kooperationspartnern ein Werkzeug entwickelt, mit dem Werkstätten und Autohäuser einfach und auf Knopfdruck Serviceangebote ins Internet stellen können. Der ServiceLister soll Betriebe dabei unterstützen, über den Vertriebskanal Internet neue Kundengruppen zu erschließen.

Servicemarketing und Werkstätten, das sind zwei Themen die oft nur schwer zusammenfinden. Viele markengebundene Unternehmer verweisen darauf, dass sie neben den vom Auto-

mobilerhersteller vorgegebenen Marketingmaßnahmen keine Kapazitäten für zusätzliche eigene Aktionen zur Verfügung hätten. Freie Werkstattbetriebe verzichten häufig ganz auf öffentlichkeits-

Aktiver Serviceverkauf sollte nicht erst an der Hebebühne beginnen

wirksame Darstellung und Angebot des eigenen Servicespektrums. „Keine Zeit mich auch noch um so etwas zu kümmern. Zudem, die Werkstatt ist voll, ich könnte zusätzliche Kunden derzeit gar nicht annehmen.“ Eine Erklärung, die man häufig hört und die für den Augenblick auch stimmen mag. „Wir erleben es häufig, dass unsere Werkstattpartner sich in einem Monat vor Aufträgen kaum retten können, im nächsten dann aber schon nicht mehr wissen, wo sie zusätzliche Werkstattaufträge herholen sollen, um genügend Arbeit und damit Auslastung gewährleisten zu können“, weiß Klaus Jürgensen, Vertriebsleiter bei der TÜV

Italienisch für Einsteiger und Fortgeschrittene



Autowaschanlagen
Made in Italy



fantastico



ital. = einfach fantastisch

»PEGASUS« „Verleiht Ihrem Autowaschgeschäft Flügel“

NEU: Positionierungssystem »PASL«

NEU: Programmierbares Color-Schaum-System »MFS«

NEU: Bürsten- und Portal-Steuerungssystem »VBC«

NEU: Turbo-Trocknung mit »TSD«

Wir wollen, dass Sie mit Autowäsche Geld verdienen!

Mehr Informationen: 03 49 25 / 7 28 -10 oder info@ceccato.de



NORD Mobilität. „Viele Betriebe arbeiten das ab, was sich an Aufträgen so ergibt und tun zu wenig, um das bestehende Kundenniveau zu halten, geschweige denn es auszubauen.“ Das kann gerade in strukturschwachen Gebieten zu bösen Überraschungen führen. Dort bemüht sich eine wachsende Zahl von Servicedienstleistern um eine permanent rückläufige Zahl potenzieller Kunden. Eine kostengünstige und einfache Möglichkeit für Werkstätten, das Kundenpotenzial nachhaltig zu erweitern, ist die Präsenz im Internet.

Multiplikatoren im Internet

Während ein hoher Prozentsatz von Betrieben heute bereits mit einer eigenen Homepage im Internet vertreten ist, nutzen nur wenige Betriebe den Online-Kanal als Vermarktungshilfe für das eigene Serviceangebot. Zudem gelangen bei kleineren Betrieben in der Regel nur solche Kunden auf deren Webseite, die den Betrieb ohnehin schon kennen.

Effektiver, weil deutlich stärker von potenziellen Kunden frequentiert, sind dagegen Onlineplattformen wie eBay, mobile, reparaturFUXX etc. Allerdings hat kaum ein Unternehmer die Zeit und die technischen Möglichkeiten, täglich aktualisierte und professionelle Angebote in diversen Plattformen einzustellen. „An dieser Stelle kommt der ServiceLISTER zum Zug, denn hier kann der Unternehmer seine Serviceangebote einmal anlegen und mit einem Knopfdruck auf ebay Motors verteilen“, erläutert Jürgensen. Der ServiceLISTER ist eine Gemeinschaftsentwicklung von TÜV NORD Mobilität und der Dr. Schnell & Dr. Hensel GmbH, welche die Internetplattform entwickelt hat und betreibt. Die Idee des ServiceLISTER: „Damit bieten wir Werkstätten und Autohäusern ein kostengünstiges und einfach zu bedienendes Handwerkszeug, um ihre Serviceangebote ohne große Streuverluste an interessierte Endverbraucher zu vermarkten“, erklärt Klaus Jürgensen. Er ist davon überzeugt, dass die Bewerbung und sogar der Verkauf von Serviceangeboten via Internet in wenigen Jahren genauso



Klaus Jürgensen will Werkstätten und Autohäuser beim aktiven Serviceverkauf unterstützen

selbstverständlich sein wird wie es heute schon der Verkauf von Gebrauchtwagen oder Fahrzeugteilen ist. „Mit dem ServiceLISTER geben wir unseren Werkstatt- und Autohauskunden die Möglichkeit, an diesem Wachstum zu partizipieren.“ Der ServiceLISTER ist im Prinzip eine intelligente Datenbank zur Angebotserstellung und -verteilung auf die Internet-Plattformen eBay Motors und reparaturFUXX. Zudem werden ServiceLISTER-Nutzer mit Unternehmensadresse und Leistungsprofil ihres Betriebs in die Datenbanken der beiden Plattformen aufgenommen. Das System ist laut TÜV NORD ohne Vorkenntnisse zu bedienen. Für absolute Internet-Neulinge steht allerdings auch ein Komplettservice für die Angebotseinstellung zur Verfügung

Vorgefertigte Angebote

Bei der Einstellung von Festpreisangeboten können Unternehmer aktuell aus rund 1.000 vorgefertigten und im System hinterlegten Angebotsvorlagen auswählen. „Alles, was sie tun müssen, ist zum jeweiligen Angebot ihren Preis einzugeben“, so Jürgensen. Auch aufwändige Softwareinstallationen auf dem eigenen PC sind nicht erforderlich, denn das System ist rein onlinebasiert. Weiterer Vorteil neben der einfachen Bedienung sind laut Jürgensen die niedrigen Kosten. Im



Anmeldung und Angebotserstellung im ServiceLISTER erfordern keine Vorkenntnisse

Vergleich zu einem eigenen Shop auf eBay Motors oder dem individuellen Konfigurieren und Einstellen von Onlineangeboten bietet der ServiceLISTER bereits für 26 Euro im Monat bei bis zu 100 Angebotseinstellungen einen enormen Zusatznutzen.

Vollautomatische Abwicklung

Und das ohne viel Zusatzaufwand für den Anwender, denn eingestellte Leistungen werden ständig überwacht und bei Abverkauf oder nach Ablauf der Einstellzeit automatisch wieder nachgelistet. „Angebote einstellen und verwalten, Kaufabwicklung, Kunden-Support und Erfolgskontrolle, das alles übernimmt der ServiceLISTER für die Werkstätten und Autohäuser“, so Jürgensen. Bei Fragen steht Anwendern außerdem eine kostenlose Hotline zur Verfügung.

Darüber hinaus bietet das System Zusatzoptionen wie die individuelle Angebotserstellung im Unternehmens-Design, die Einrichtung eines eigenen Shops oder spezielle Schulungsangebote (über die TAK) für die optimale Nutzung des ServiceLISTER. „Das einfach zu nutzende System bietet Autohäusern und Werkstätten die Möglichkeit, aus über 24 Mio. eBay-Kunden neue Kundenkontakte zu gewinnen und gezielt regional Werbung zu schalten. Und das zu einem konkurrenzlos günstigen Preis“, ist Klaus Jürgensen überzeugt.

Frank Schlieben

**Weitere Informationen:
www.servicelister.de
Tel. 05 11/9 86-21 01**