



25 Tipps zur Werkstattauslastung

OK

- Systematische Dialogannahme mit Check-Systemen
- Aktive Zusatzverkäufe für Nachrüstungen im Segment I (Navigationssysteme, Freisprechanlagen, Standheizungen, Autogasbetrieb)
- Gezielte Saison-Aktionen (Frühlings-, Urlaubs- und Winter-Check)
- Aktionswochen zur Kundengewinnung (Sicherheitswochen, Sprintsparwochen)
- Wirkungsvolles Preismarketing (Festpreise, Fokuspreise)
- Mehr Fahrzeuge verkaufen, sowohl neu als auch gebraucht – mit Kundenbindungspaketen wie z. B. ServiceFlatrate[®] ausstatten
- Mittels Telefonmarketing und gezielten Mailings abgesprungene Kunden zurück holen
- Neue Kunden über Fremdfabrikate-Service akquirieren
- Das Reifen-Geschäft ausbauen, Einlagerungsservice anbieten, konsequenter Check der eingelagerten Räder
- Service-Verträge verkaufen
- Telefonische Erinnerung und Terminvereinbarung für HU und AU
- Service-Marketing vor Ablauf der Garantiezeit (Neu- und Gebrauchtwagen)
- Werkstattauslastungs- und Terminsteuerung über EDV
- Gezielte Rückholstrategie für Fahrzeuge älter als vier Jahre (Mail & Call-Programm)
- Konsequente Umsetzung des Serviceprogramms (z. B. AutoSparbuch) bei GW-Kunden
- Attraktive Öffnungszeiten, Samstag als vollwertigen Servicetag einführen
- Ölstandskontrolle bei jedem durchlaufenden Fahrzeug, Nachfüllservice aktiv anbieten
- Lückenlose Abwicklung von Hersteller-Rückrufaktionen
- Finanzierung für Serviceleistungen, z. B. > 500,- € anbieten
- Komplettes Unfallmanagement
- GW-Eintauschtest ist einer Dialogannahme gleich zu setzen, Instandsetzung ist Werkstattauslastung!
- Festpreisangebote für Verschleißreparaturen
- Differenzierte Teilepreise (Segment II, III) anbieten
- Differenzierte Verrechnungssätze nach Fahrzeugalter
- Gebrauchtwagen-Garantien mit GW-KKP