# Schwerpunkttraining

**NISSAN ACADEMY** – Kundenbefragungen, Testkäufe und Servicetests sind eine Grundlage für die Verkäuferschulungen. VON CHRISTIAN FREDERIK MERTEN

**LESEN SIE HIER...**

... mehr über die Kernelemente des Nissan-Verkäufertrainings.

Verzahnung heißt das Stichwort beim Nissan-Verkäufertraining. Zusammen mit der Kundenbetreuung und den Kundenbefragungen organisiert der Importeur seine Mitarbeiterqualifizierung im Handel – Nissan Academy genannt – in der Direktion Network Development & Customer Quality, also in der Händlernetzentwicklung.

Verantwortlich für Deutschland, Österreich und die Schweiz, leitet Stefan Hoy, Manager Händlerqualität und Training bei Nissan Center Europe, die Qualifizierungsmaßnahmen von den Unternehmenszielen ab. „Grundlage ist der klassische Managementzyklus", erklärt Hoy. „Plan, do, check, action." Als Beispiel nennt er die Zielsetzung, bis 2016 in Europa in Sachen Kundenzufriedenheit zu den besten drei Marken zu gehören. „Unter dieser Maßgabe definieren wir, wie ein optimaler Verkaufs- und Serviceprozess im Handel aussieht", so Hoy. „Und daraus leiten sich im Schwerpunkt auch die Inhalte unserer Ausbildungsprogramme ab." Das Ziel und die Trainingsmaßnahmen sind dabei „Plan" und „Do", die im Nissan-Auftrag durchgeführten Kundenbefragungen, Testkäufe oder Servicetests das „Check". Decken die Befragungsergebnisse aus Nissan-Sicht Defizite im Handel auf, leiten sich daraus gezielte Maßnahmen für die Händlerqualifizierung ab („Action"). Beispiele dafür sind derzeit der Initialkontakt zum Kunden, die Bedarfsanalyse, die Fahrzeugübergabe sowie der Nachkontakt.

**KURZFASSUNG**

1. **Die Nissan-Verkäuferschulung gliedert sich in Standardseminare, Qualifizierungsprogramme, Produktneueinführungstrainings und Führungskräfteangebote.**
2. **Die Schulungsthemen legt Nissan auch auf Grundlage der Ergebnisse von Kundenbefragungen, Testkäufen oder Servicetests fest, die Optimierungspotenziale im Verkaufsprozess identifizieren.**
3. **Ziel ist es vor allem, im Verkauf eine qualitativ hochwertige Kundenbetreuung sicherzustellen.**

**Verantwortlich für das Verkäufertraining: Stefan Hoy und Judith Mozet von der Nissan Academy**

## Qualifikationsvorgaben

Diese vier Qualifizierungsfelder sind Beispiele für Maßnahmen, die Nissan im Rahmen strategischer Projekte ergänzend zu seinem regulären Qualifizierungskonzept ins Leben ruft. Das besteht aus

- einer Schulungsgrundlage von etwa 20 Standardseminaren,
- vier Qualifizierungs- und Ausbildungsprogrammen,
- Führungskräfteprogramme sowie
- Produktneueinführungstrainings.

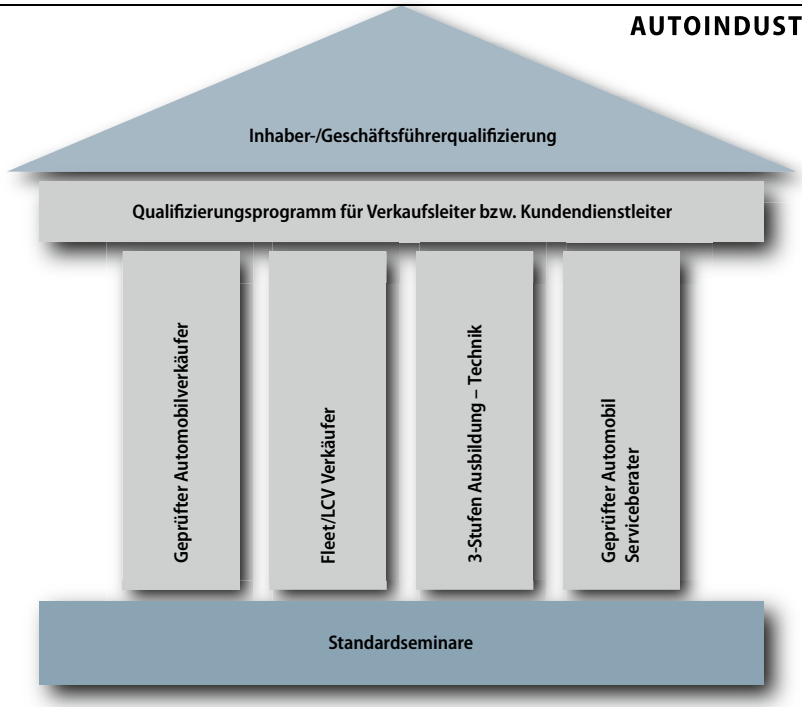
Die Standardseminare – vornehmlich Systemschulungen – beschreibt Stefan Hoy als Überlebenspaket vor allem für neue Mitarbeiter im Nissan-Handel: „Sie versetzen dazu in die Lage, die alltägliche operative Arbeit zu erledigen." Verpflichtend ist die Teilnahme an den Standardseminaren für den Handel aber nicht. Auch hat Nissan in den Händlerverträgen keine Pflichtschulungstage vereinbart. „Als es die noch gab, kamen spätestens im letzten Quartal die Fragen nach ‚irgendwelchen' Kursen", erklärt Judith Mozet, Section Manager Produkt- und Verkaufstraining bei Nissan Center Europe, diesen Schritt. „Nur, damit die Quoten erfüllt wurden."

Heute fordert Nissan daher nur noch die Teilnahme an den Produktneueinführungstrainings sowie bestimmte Qualifikationsniveaus ein. So zum Beispiel einen Geprüften Automobilverkäufer pro 150 verkauften Neuwageneinheiten oder einen Geprüften Automobil-Serviceberater je fünf Mechaniker. Beide Ausbildungen bietet Nissan im Rahmen seines Qualifizierungsprogramms an, ergänzt durch eine Ausbildung zum Flotten- und Nutzfahrzeugverkäufer sowie die Drei-Stufen-Ausbildung zum Nissan-Techniker, Service-Techniker beziehungsweise zum Nissan-Diagnose-Techniker.

Abhängig von der Betriebsgröße erwartet Nissan auch die Teilnahme an einem Führungskräfteprogramm. Die Brühler bieten ein Qualifizierungsprogramm für Verkaufs- beziehungsweise Kundendienstleiter sowie eine Inhaber- und Geschäftsführerqualifizierung an. Beide Programme richten sich an derzeitige wie potenzielle Führungskräfte, wer neu eingestellt wurde, muss sie in jedem Fall durchlaufen. Kernmodule für Ver-

Foto: Christian Frederik Merten/AUTOHAUS; Grafiken: Nissan Center Europe

kaufs- und Kundendienstleiter sind Management-Grundlagen, Kennzahlen und Führungsgespräche. Die Praxis steht dabei im Vordergrund. Feedback zu den selbst erarbeiteten Lösungen gibt es dann von den Trainern und der Gruppe. Für die Absolventen aller Führungskräftetrainings bietet Nissan auch langfristig immer wieder besondere Events an, zum Beispiel Vertiefungsworkshops zu den Inhalten der Qualifizierungsprogramme – verbunden mit Fahrerlebnistrainings am Nürburgring. Dieses Angebot werde gerne angenommen, so Mozet: „Das ist eine willkommene Diskussionsplattform außerhalb des Tagesgeschäfts."




**Grundlage des Schulungsprogramms sind rund 20 Standardseminare, darauf aufbauend gibt es weitere Qualifizierungs- und Ausbildungsprogramme.**

## Mehr virtuelle Trainings

Um aktives Erleben geht es auch bei den etwa zwei Produktneueinführungstrainings pro Jahr. Rund 800 bis 1.000 Teilnehmer begrüßen Hoy und sein Team dazu im Schnitt. Im Gegensatz zu früher sind das nicht nur Verkäufer. „Seit einigen Jahren weiten wir die Produktneueinführungsschulungen auch auf die Serviceberater aus", erklärt Stefan Hoy. „Weil sie ebenfalls im Kundenkontakt stehen und sie vor der Übergabeinspektion ebenfalls mit dem Produkt in Berührung gekommen sein sollten." Kernzielgruppe der Produktneueinführungstrainings sind aber weiterhin die Verkäufer, bei denen ohne fundierte Produktkenntnis natürlich nichts läuft. Sie sollen sich nach der Schulung sicher fühlen im Umgang mit den Fahrzeugen. „Die Verkäufer sollen sagen: Da traue ich mich jetzt ran", erklärt Judith Mozet gerade mit Blick auf erklärungsintensive Ausstattungsdetails wie Assistenzsysteme. Für die Praxis im Verkaufsraum bietet Nissan zudem Pocket-Guides im Brusttaschenformat an, die die wichtigsten Verkaufsargumente der jeweiligen Fahrzeuge liefern. „Als kleine gedruckte Gedächtnisstütze für den Verkaufsprozess", so Mozet.

Voraussetzung für die Teilnahme an den Produktneueinführungstrainings ist in jedem Fall der Abschluss eines vorgeschalteten Online-Trainings. Es dauert 30 bis 45 Minuten, informiert grundsätzlich über das neue Auto, seine Technik sowie seine Ausstattungen und soll die Wissensstände der Teilnehmer harmonisieren. „Wenn man das nicht macht, sind die einen über- und die anderen unterfordert", so Stefan Hoy. Zum anderen sollen die Online-Trainings aber auch die Abwesenheiten der Verkäufer im Handel reduzieren. Aus diesem Grund wird Nissan in Zukunft auch im Rahmen anderer Trainingsangebote vermehrt virtuelle Trainings anbieten, sei es in Form von E-Learnings oder Virtual-Classroom-Trainings, bei denen ein Trainer per Webcam mit den Teilnehmern kommuniziert.

**Kleine Pocket-Guides als Gedächtnis-Stütze für die Verkäufer**

## Qualifizierungs-Controlling

Darüber, welche Qualifizierungsdefizite im Handel bestehen, ist Nissan relativ detailliert im Bilde. Einerseits wisse man natürlich, wie viele Verkäufer im Netz wie qualifiziert seien, so Stefan Hoy. Andererseits schaue man aber auch bei Kundenumfragen, Mystery Shoppings oder Werkstatttests genau hin. „Wenn wir so Defizite identifizieren", so Hoy, „sehen wir auch, welche Händler diese Defizite haben." Um dann entsprechende Qualifizierungsvorschläge zu unterbreiten. Das Einverständnis des Händlers vorausgesetzt, funktioniert das sogar standort- oder mitarbeiterindividuell. Gleichzeitig bietet Nissan seinen Händlern immer auch die Möglichkeit, über das Lern-Management-System selbst Schulungsbedarf zu melden. Bei Bedarf bieten die Brühler dann auch individuelle Händlertrainings vor Ort an.

Zu den Kosten dieser Coachings steuert Nissan immer einen Teil bei. Das gilt auch für das bestehende Seminarangebot, dessen Preisniveau seit 14 Jahren nahezu unverändert ist. „Das, was wir vom Händler verlangen, subventionieren wir auch sehr stark", so Hoy. Heute liege die Subvention häufig sogar über den angepeilten 60 Prozent. So kostet den Händler eine Ausbildung zum Geprüften Automobilverkäufer derzeit 2.550 Euro, inklusive Verpflegung und Seminarunterlagen. Bei 25 Schulungstagen ein gutes Angebot für den Handel. Das soll sich ungeachtet aller zukünftigen Preisstrategien nicht ändern, erklärt Stefan Hoy: „Wir werden auch in Zukunft den größeren Anteil tragen." ■

autojob.de
WIR SIND DIE BRANCHE

**autojob.de bringt zusammen, was zusammen gehört – Unternehmen aus der Automobilbranche mit Jobinteressenten für die Automobilbranche. Gezielt, individuell, persönlich.**