

Zur Sache

Mehr machen aus der Umrüstsaison!

Die Umrüstsaison hat bereits begonnen und sorgt für eine hohe Frequenz an Kundenkontakten. Um diese Zeit so effektiv wie möglich zu nutzen, lohnt sich ein Blick auf Möglichkeiten zur Umsatzsteigerung und Verkaufsförderung. Im Tagesgeschäft ist die Zeit oft knapp, umso vorteilhafter ist eine gute Vorbereitung auf das Verkaufsgespräch. Dabei ist es nicht nur wichtig, die eigenen Produkte und aktuellen Angebote zu kennen, sondern insbesondere Techniken zur Bedarfsermittlung und verkaufsfördernder Kommunikation zu kennen und anwenden zu können. Bedarfsgerechte Angebote und eine wertschätzende, verkaufsorientierte Kommunikation unterstützen den Kunden in seiner rationalen und emotionalen Kaufentscheidung. Das positive Kundenerlebnis ist außerdem ein entscheidender Faktor für eine nachhaltige Bindung des Kunden an das Unternehmen.

Individuelle Bedarfsermittlung als Basis

Statt pauschaler Angebote und den immer gleichen Verkaufsargumenten empfiehlt es sich, durch Fragetechniken gezielt auf den Bedarf und die Wünsche des Kunden einzuge-

Online-Workshops helfen bei der Umsetzung

Verschiedene, vom BRV angebotene Online-Weiterbildungsformate mit BBE-Trainer Andreas Kriete bieten die Gelegenheit, verkaufsfördernde Kommunikationstechniken kennenzulernen und einzuüben. Zur Wahl steht neben jeweils einem Online-Workshop zur professionellen Kommunikation am Telefon und zur E-Mail-Kommunikation auch ein spezieller Workshop zur Umsatzsteigerung beim Räder- und Reifenwechsel. Der nächste Umrüst-Workshop dient zur Vorbereitung des kommenden Sommerreifengeschäfts und findet am 18.01.2022 statt; bei Bedarf können auch weitere Termine unternehmensindividuell angeboten werden. Alle Workshops dauern jeweils zwei Stunden; mehr Infos und Anmeldung über www.bundesverband-reifenhandel.de > Mitglieder > Aus- und Weiterbildung > Weiterbildungsangebote BRV > Online-Workshops.

„Die richtige Kommunikation im Verkaufsgespräch hat einen hohen Einfluss auf die Abschlussquote“: BBE-Trainer und Berater Andreas Kriete, Autor dieses Beitrags.



hen, um dann passgenaue Produkte und Leistungen anbieten zu können. Um möglichst viel über den Bedarf des Kunden zu erfahren, bieten sich offene Fragen an, beispielsweise „Wie wird das Fahrzeug hauptsächlich genutzt?“. Bei der Antwort des Kunden ist nun aktives Zuhören gefragt: Können Schneeketten für die Winterreise angeboten werden oder eine Fahrzeugaufbereitung, da der Hund regelmäßig mitfährt? Die Erkenntnisse aus der individuellen Bedarfsermittlung können dann genutzt werden, um die entsprechenden Produktmerkmale aufzuzeigen. Dabei kann der vom Kunden beschriebene Bedarf nochmals wiedergegeben werden, so dass der Kunde sich ernst genommen und verstanden fühlt.

Auf Einwände vorbereitet sein

Um dann im Sinne des Kundennutzens erfolgreich zu argumentieren ist es hilfreich, die Perspektive des Kunden einzunehmen und sich selbst die Frage zu stellen, welchen Mehrwert oder Vorteil der Kunde von einem Produkt, einem Dienstleistungsangebot oder der Zusammenarbeit mit Ihrem Unternehmen hat. Einwände durch den Kunden sollten grundsätzlich nicht als falsch oder unwichtig abgetan werden. In Einwänden bringt der Kunde seine Wünsche und Bedürfnisse zum Ausdruck, was Ihnen die Möglichkeit gibt, individuell darauf zu reagieren. Auch hier ist genaues Zuhören gefragt.

Für typische Einwände, beispielsweise zu Preisen oder Internetkäufen, ist es empfehlenswert, Antwortstrategien zu entwickeln und mögliche Antworten vorzuformulieren. Dies hilft Ihnen dabei, in herausfordernden Situationen professionell und selbstsicher zu reagieren und nicht in abwehrende Floskeln zu verfallen.

Abschlussquote steigern, Zusatzumsatz generieren

Die richtige Kommunikation im Verkaufsgespräch hat einen hohen Einfluss auf die Abschlussquote Ihrer Verkäufe. Durch gezielte Fragetechniken, kundenorientierte Kommunikation und konkrete Antwortstrategien im Kundengespräch können zusätzliche Verkäufe generiert und somit der Umsatz beim Räder- und Reifenwechsel gesteigert werden. ■

BRV **Beispiele für Zusatzangebote**

Was können wir einem Kunden im Rahmen des Reifen- bzw. Räderwechsels anbieten?

- Einlagerung (ggf. Angebot: kostenlose Ersteinlagerung)
- Wuchten
- Reifengas
- Radwäschen, Radnaben reinigen
- Achsvermessung/ Achskontrolle/ Spurkontrolle
- Bremsen, Stoßdämpfer, Federn, Lager, Service
- Reifenversicherung
- Inspektion, Autoreparaturen von A-Z, TÜV
- Sicherheitscheck kostenlos, Kleiner Fahrzeugcheck bei jedem Fahrzeug bringt neue Aufträge
- Saisongeschäft: Klimageservice, Wintercheck etc.
- Flüssigkeiten prüfen und auffüllen (Frostschutz, Scheibenreiniger, Öl, ...)
- Diesel- und Benzinzusätze zur Reinigung
- Lichttest, defekte Leuchtmittel erneuern
- Autoglas
- Zubehör, Scheibenwischer

1

Alle Abb.: BBE Automotive

Bedarfe erfragen – Zusatzumsätze generieren: Diese beispielhaften Nennungen aus den Umrüst-Workshops mit Andreas Kriete zeigen, dass der saisonbedingte Kundenkontakt mehr Umsatz- und Ertragspotenzial birgt als nur den reinen Reifen-/Räderwechsel.