

Die Herzen der AMAG Kunden gewinnen

Exzellenter Service bindet Kunden

Die von der AMAG vertretenen Automarken bilden tragende Säulen für den Erfolg des Imports, sowie der Händler und Servicepartner. Doch erst treue Kunden und eine stabile, qualifizierte Mitarbeiterschaft wandeln diesen Wettbewerbsvorteil in bare Münze um und sichern die Ertragslage. Ein Weg hierzu führt über exzellenten Service auf Ebene des Verkaufs, des Servicebereichs und der Führung.

TEXT_THOMAS SCHNETZER, MANAGING PARTNER CMT AG

Das Wunschbild des treuen Kunden besteht in den Köpfen der meisten Mitarbeiter, inklusive der Führungskräfte. Die starke Ausrichtung auf das operative Geschäft und die fürs Autogewerbe typische Problemorientierung, hindern zahlreiche Betriebe daran, die Augen in die Zukunft zu richten, sich den wandelnden Kundenansprüchen anzupassen, die Qualität der Organisation und der Mitarbeiter kontinuierlich zu verbessern und die Kunden bewusst an sich zu binden.

Der Mensch ist entscheidend

Bevor wir uns mit der Umsetzung von exzellentem Service befassen, wollen wir uns erst einmal mit dem Wichtigsten befassen, dem Menschen. Dazu ein Beispiel: Sie fahren zu einem Restaurant, finden erst nach längerem Suchen einen Parkplatz, hören beim Eintreten eine laute Diskussion in der Küche und werden von keinem der hektisch agierenden Mitarbeiter begrüßt. Wie fühlen Sie sich nach diesen ersten Minuten? Eine ähnliche Szene könnte sich auch anderswo abspielen, beispielsweise in einer Garage.

In der von der Technik geprägten Autowelt der AMAG Mitarbeitenden versteht es sich wie von selbst, dass man sich mit Autos auskennt. Gekauft werden die Fahrzeuge allerdings von Menschen, die die Werkstatt für Servicearbeiten und Reparaturen selbst auswählen, über Zusatzausgaben entscheiden und somit den Betriebserfolg einer Garage mitbestimmen. Sollte man sich da nicht auch

mit Menschen auskennen?

Erfolgreiche Verkäufer, Serviceberater, Führungskräfte und Partnerbetreuer erweitern permanent ihre psychologischen Fähigkeiten. Sie spüren die besondere Bedeutung der menschlichen Emotionen. Wissenschaftliche Experimente belegen diese Wahrnehmung: Nur etwa 10 Prozent unserer Handlungen entstehen aufgrund sachlicher Überlegungen. Auch wenn unser Vernunfthirn uns zu erklären versucht, dass die Mitarbeiter des Restaurants sich in einer aussergewöhnlichen Situation befinden, ändern die Gefühle nicht.

Der Mensch als Teil der Kultur

Woran liegt es nun, dass nicht alle Betriebe hoch motivierte Mitarbeiter und äusserst treue Kunden haben? Nur ein Teil von ihnen stellt den Menschen in den Mittelpunkt und intergriert dessen Gefühle, Denk- und Handlungsweise in den Alltag. Egal, ob dies nun bewusst oder unbewusst passiert. Sicher ist, ein Betrieb benötigt richtungsweisende Strategien, Ziele und eine gut funktionierende Organisation. Die Umsetzungstärke bestimmen indessen die Mitarbeiter, vor allem deren Fähigkeiten und Leistungsbereitschaft. Deshalb pflegen herausragende Betriebe eine Kultur, in der bestimmte Werte, das Zusammengehörigkeitsgefühl, Sinnvermittlung, Konfliktfähigkeit sowie ein permanentes Arbeiten an Organisation und Mitarbeitern gepflegt werden.

Dem einen gelingt es leichter

Die Erlebnisqualität des Kunden im Verkauf und Service hängt vor allem davon ab, wie gut die Mitarbeiter seine Erwartungen erfüllen. Diese variieren je nach Kundentyp, doch alle Menschen reagieren positiv auf Respekt und Wertschätzung. Dadurch gewinnt man nicht nur Kunden-Heizen, es führt uns oft auch viel schneller zur Lösung technischer Probleme, da wir dadurch mit dem Kunden bewusster kommunizieren.

Ein Individuum steht in der Gesellschaft klar im Vorteil, wenn es Beziehungen aktiv und positiv gestalten kann. Unterstützend dabei wirkt das Persönlichkeitsmerkmal «Extraversion» (nach aussen gerichtetes Interesse). Auf andere zugehen und gesellig sein – diese für den Kundenkontakt wichtigen Fähigkeiten sind nur bis zu einem gewissen Grad «erlernbar». Besser veränderbar ist ein weiteres wichtiges Merkmal von uns Menschen, die Gewissenhaftigkeit.

Mitarbeiter stärkenorientiert einsetzen

Es wäre aber falsch zu glauben, es bräuchte in den Betrieben und in der Importeurs-Organisation überall gesellige Mitarbeitende. Denn exzellenter Service entsteht nicht nur vor dem Kunden, vielmehr tragen verschiedene Tätigkeiten dazu bei, dass sich der Kunde aufgehoben und verstanden fühlt. Dies bedingt auch unterschiedliche Fähigkeiten.



Es braucht Leute, die für freie Parkplätze, frische Blumen und eine attraktive Zubehörausstellung sorgen, die Zahlungseingänge überprüfen und die richtigen Teile bestellen und liefern.

Die besten und schnellsten Veränderungen erzielen Betriebe, wenn sie den menschlichen Lernprozess berücksichtigen. Es reicht aber nicht aus, Verhalten auswendig zu lernen. In Sekundenbruchteilen entlarvt der Mensch aufgesetzte Mimik und Gesten. Unsere Handlungsweisen wirken echt, wenn sie von Herzen kommen, wir den Sinn für einen herzlichen Umgang mit Menschen erkennen und wir gerne mit unterschiedlichen Menschen zu tun haben.

Exzellenter Service ist möglich

Einen Schlüssel im besseren Verstehen von Kunden stellen Kundenforen dar. Die Führungskräfte und Mitarbeiter hören dort die Kundenerwartungen, die Stärken und Veränderungspotenziale des Betriebs aus dem Munde der «Lohnzahler». Dies wirkt nachhaltiger als eine Belehrung durch den Chef. Auch der Sport liefert uns einen wertvollen Hinweis zur Verbesserung der Fähigkeiten, die in der Kommunikation für eine höhere Kundenzufriedenheit sorgen: Die intensive und wohlwollende Arbeit des Mitarbeiters (Spieler) und des Vorgesetzten (Coach) am vereinbarten Verhalten. Der Führungskraft kommt hier eine besondere Rolle zu, da sie im Rahmen von individuellen Feedback-Ge-

sprächen die Selbstbeobachtungen des Mitarbeiters würdigt und dessen Stärken und Potenziale gleichermaßen anspricht. Dadurch entsteht eine Atmosphäre des Vertrauens, die den Entwicklungsprozess stark fördert. Der Kunde bekommt dies schnell zu spüren, seien es der Endkunde oder die Partner in der Handelsorganisation.

Damit gewinnen wir die Herzen der Kunden

Vertrautheit schaffen	Information	Kunden über bestimmte Sachverhalte informieren, die für ihn relevant sind.
	Small Talk	Sich mit dem Kunden ungezwungen unterhalten und eine angenehme Atmosphäre schaffen.
	Fürsorge	Besorgnis demonstrieren und Hilfe anbieten.
Entgegenkommen zeigen	Ohne Aufforderung	Aus freien Stücken agieren und den Kunden mit einem Gefallen überraschen (Höflichkeit, beim Umladen helfen etc.).
Verantwortung beweisen	Proaktivität	In Voraussicht agieren und so mögliche problematische Situationen für Kunden vermeiden.
	Problemlösung	Problem des Kunden lösen und einen Weg finden, ihn zufrieden zu stellen.