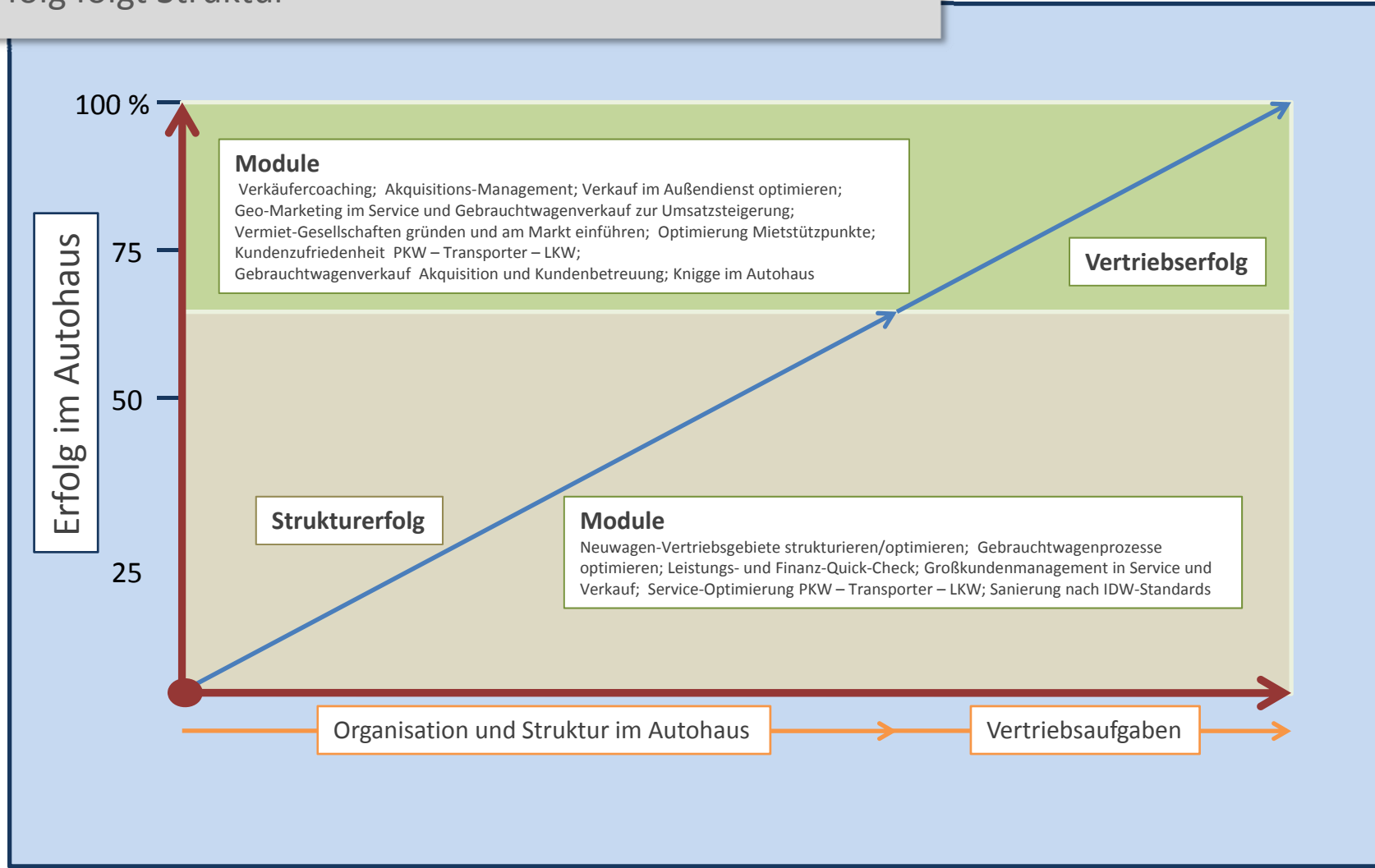


## Leistungsportfolio

Beratung – Training – Coaching  
und Dienstleistungen

Effizienz & Leistung steigern

## Erfolg folgt Struktur



## Inhaltsverzeichnis Dienstleistungen

- |  |          |  |          |
|--|----------|--|----------|
| ▪ Vertriebsgebiete analysieren und strukturieren | Seite 04 | ▪ Verkäufer-Coaching PKW-Trapo-LKW         | Seite 14 |
| ▪ Gebrauchtwagen-Hereinnahme optimieren          | Seite 05 | ▪ Service-Großkunden Betreuung             | Seite 15 |
| ▪ Neuausrichtung Gebrauchtwagenverkauf           | Seite 06 | ▪ Mietstützpunkte Nutzfahrzeuge optimieren | Seite 16 |
| ▪ Kundenzufriedenheit im Verkauf PKW             | Seite 07 | ▪ Eigene Nutzfahrzeug-Miete gründen        | Seite 17 |
| ▪ Kundenzufriedenheit im Verkauf Transporter     | Seite 08 | ▪ Leistungs- und Finanz-Quick-Check        | Seite 18 |
| ▪ Kundenzufriedenheit im Verkauf LKW             | Seite 09 | ▪ Service-Optimierung PKW-Trapo-LKW        | Seite 19 |
| ▪ Kundenzufriedenheit im Service                 | Seite 10 | ▪ Geo-Marketing Service                    | Seite 20 |
| ▪ Zeitmanagement für Verkäufer Focus CSI         | Seite 11 | ▪ Geo-Marketing Neuwagen-Verkauf           | Seite 21 |
| ▪ Zeitmanagement für Verkäufer Focus Akquisition | Seite 12 | ▪ Geo-Marketing Gebrauchtwagenverkauf      | Seite 22 |
| ▪ Akquisitions-Wettbewerb im Verkauf             | Seite 13 | ▪ Knigge im Autohaus                       | Seite 23 |

## Vertriebsgebiete analysieren und strukturieren

### Zielsetzung

Aufbau und Ausrichtung optimaler Verkaufsgebiete zur Sicherung von

- Kundenzufriedenheit und Kundenloyalität
- Marktdurchdringung
- Verkäufereinkommen
- Unternehmenserfolg

nach individueller Marktanalyse unter Anwendung eines modernen Geo-Marketing-Programms. Integration von unternehmensspezifischen Potenzialaussagen mit Berücksichtigung aller Sonderfaktoren bei den Zulassungen im Verantwortungsgebiet

### Vorgehensweise

Zur Sicherung der Verkäufermotivation werden alle Maßnahmen auf Wunsch transparent dargestellt. Ermittlung der bereinigten Zahlen im Team mit den Verkäufern. Entwicklung und Darstellung der Verkaufsgebiete für alle nachvollziehbar mit Potenzialaussage zu Stückzahlen und Verkäufereinkommen.

### Inhalte

Erfassung aller Einzeldaten aus dem Informationssystem MIS. Beurteilung der aktuellen, bereinigten Situation in Abgleich mit MIS-Netto. Aufbau neuer Verkaufsgebiete mit Feinabstimmung durch die Verkaufsleitung und Verkäufer. Darstellung auf Karten und in Tabellen (Excel), mit Projektplan zur Umsetzungsbegleitung

**Erfolg**

**Fleiß**

### Zielgruppe

Geschäftsführer, Niederlassungsleiter, Verkaufsleiter, Verkäufer, Disposition, Kunden

### Hinweise

Dauer:           Nach Anzahl Gebiete            
 Termin:           Nach Vereinbarung            
 Coach:           Stanislaus Gierszewski





## Kundenzufriedenheit im Verkauf PKW

### Zielsetzung

Eine hohe Kundenzufriedenheit im PKW-Verkauf sichert den Absatz und die Weiterempfehlung als Mittel der Kundenakquisition und ermöglicht die Verbesserung der Marge durch Prämienmodelle des Herstellers.

Durch motivierte Mitarbeiter in Vertrieb und im Kundenkontaktbereich wird die Basis geschaffen, nachhaltige und dauerhafte, Verbesserungen der Kundenzufriedenheit zu erzeugen.

Organisation und Arbeitsabläufe unterstützen die Mitarbeiter bei der Lösung der Aufgaben und der Sicherung der Kundenzufriedenheit

### Vorgehensweise

Gemeinsame Analyse der Ist-Situation mit Definition der Schwachstellen. Erarbeiten gezielter Maßnahmen in Organisation und Arbeitsabläufen sowie Auftritt in den verschiedenen Kundenkontaktphasen

beachten Sie auch das Trainings- und Beratungsprodukt:

- ✓ Kundenzufriedenheit Transporter
- ✓ Kundenzufriedenheit LKW
- ✓ Kundenzufriedenheit Service
- ✓ Zeitmanagement für CSI
- ✓ Verkäufercoaching

### Inhalte

Analyse des aktuellen Kundenzufriedenheits-Index mit Fokus auf die verschiedenen Kundenkontakt-Phasen und Sensibilisierung der Mitarbeiter auf die Anwendung der Kundenzufriedenheits-Treiber gemäß ihren Aufgaben und Kompetenzen. Optimierung der Abläufe zum Fahrzeugeinsatz bei Präsentation, Probefahrt und Fahrzeugübergabe

**Erfolg**

**Fleiß**

### Zielgruppe

PKW-Verkaufsleiter  
 PKW-Verkäufer, Info-Theke (Empfang)  
 Disponenten  
 Serviceleiter

### Hinweise

Dauer: 2-5 Tage  
 siehe auch: CSI -Trapo/LKW und Verkäufer-Coaching  
 Coach: Martin Goetze

## Kundenzufriedenheit im Verkauf Transporter

### Zielsetzung

Eine hohe Kundenzufriedenheit loyalisiert Kunden im Nutzfahrzeuggeschäft, sichert Bruttoerträge im Verkauf und ermöglicht die Verbesserung der Marge durch Prämienmodelle des Herstellers.

Durch motivierte Mitarbeiter in Vertrieb und Service wird die Basis geschaffen, nachhaltige und dauerhafte Verbesserungen der Kundenzufriedenheit zu erzeugen.

Organisation und Arbeitsabläufe unterstützen die Mitarbeiter bei der Lösung der Aufgaben und der Sicherung der Kundenzufriedenheit.

Schnittstellen zum Service neu ausrichten und Anwender-freundlich gestalten

### Vorgehensweise

Gemeinsame Analyse der Ist-Situation mit Definition der Schwachstellen. Erarbeiten gezielter Maßnahmen in Organisation und Arbeitsabläufen sowie Auftritt in den verschiedenen Kundenkontaktphasen

beachten Sie auch das Trainings- und Beratungsprodukt:

- ✓ Kundenzufriedenheit PKW
- ✓ Kundenzufriedenheit LKW
- ✓ Kundenzufriedenheit Service
- ✓ Zeitmanagement für CSI
- ✓ Verkäufercoaching

### Inhalte

Analyse des aktuellen Kundenzufriedenheit-Index mit Focus auf die verschiedenen Kundenkontakt-Phasen und Sensibilisierung der Mitarbeiter auf die Anwendung der Kundenzufriedenheits-Treiber gemäß ihren Aufgaben und Kompetenzen. Optimierung der Abläufe zum Fahrzeugeinsatz bei Präsentation, Probefahrt und Fahrzeugübergabe

**Erfolg**

**Fleiß**

### Zielgruppe

Transporter-Verkaufsleiter  
Transporter-Verkäufer  
Disponenten  
NFZ-Serviceleiter

### Hinweise

Dauer: 2-5 Tage  
siehe auch: CSI -PKW/LKW und Verkäufer-Coaching  
Coach: Martin Goetze

## Kundenzufriedenheit im Verkauf LKW Schnittstellen Service

### Zielsetzung

Eine hohe Kundenzufriedenheit loyalisiert Kunden im Nutzfahrzeuggeschäft, sichert Bruttoerträge im Verkauf und ermöglicht die Verbesserung der Marge durch Prämienmodelle des Herstellers.

Durch motivierte Mitarbeiter in Vertrieb und Service wird die Basis geschaffen, nachhaltige und dauerhafte Verbesserungen der Kundenzufriedenheit zu erzeugen.

Organisation und Arbeitsabläufe unterstützen die Mitarbeiter bei der Lösung der Aufgaben und der Sicherung der Kundenzufriedenheit.

Schnittstellen zum Service neu ausrichten und kundenfreundlich gestalten.

### Vorgehensweise

Gemeinsame Analyse der Ist-Situation mit Definition der Schwachstellen. Erarbeiten gezielter Maßnahmen in Organisation und Arbeitsabläufen sowie Auftritt in den verschiedenen Kundenkontaktphasen.

Berücksichtigen Sie auch das Trainings- und Investitionsberatungsprodukt:

- ✓ Kundenzufriedenheit Transporter
- ✓ Kundenzufriedenheit PKW
- ✓ Kundenzufriedenheit Service
- ✓ Zeitmanagement für CSI
- ✓ Verkäufercoaching

### Inhalte

Analyse des aktuellen Kundenzufriedenheits-Index mit Fokus auf die verschiedenen Kundenkontakt-Phasen und Sensibilisierung der Mitarbeiter auf die Anwendung der Kundenzufriedenheits-Treiber gemäß ihren Aufgaben und Kompetenzen. Optimierung der Abläufe zum Fahrzeugeinsatz bei Präsentation, Probefahrt und Fahrzeugübergabe

**Erfolg**

**Fleiß**

### Zielgruppe

LKW-Verkaufsleiter  
LKW-Verkäufer  
Disponenten  
LKW-Serviceleiter

### Hinweise

Dauer: 2-5 Tage  
siehe auch: CSI -PKW/Trapo und Verkäufer-Coaching  
Coach: Martin Goetze

## Kundenzufriedenheit im Service

### Zielsetzung

Die Kunden finden im Servicebereich jederzeit Ansprechpartner zur Lösung Ihrer Probleme und Fragen. Individuell nach Gesichtspunkten der Sparte PKW, Transporter oder LKW werden optimale Wege und Lösungen für den Kunden erzeugt.

Organisation und Arbeitsabläufe unterstützen die Mitarbeiter bei der Lösung der Aufgaben und der Sicherung der Kundenzufriedenheit. Von der telefonischen Anmeldung über die Fahrzeugannahme hin zur Fahrzeugrückgabe sind alle Arbeitsabläufe transparent und nachvollziehbar für jeden Mitarbeiter.

### Vorgehensweise

Umsetzung der verschiedenen Maßnahmen in den Bereichen Kundeninformation, Kundendienstannahme und Werkstatt.

Neugestaltung der Organisation und Arbeitsabläufe im Produktivbereich.

Kundenkontaktphasen und Auftritt im Kundenkontaktbereich individuell auf Kunden ausrichten.

### Inhalte

Analyse des aktuellen Kundenzufriedenheits-Index mit Fokus auf die verschiedenen Kundenkontakt-Phasen und Sensibilisierung der Mitarbeiter auf die Anwendung der Kundenzufriedenheits-Treiber gemäß ihren Aufgaben und Kompetenzen. Optimierung der Abläufe zum Fahrzeugdurchlauf

**Erfolg**

beachten Sie auch das Trainings- und Beratungsprodukt für den Verkauf:

- ✓ Kundenzufriedenheit Transporter
- ✓ Kundenzufriedenheit LKW
- ✓ Kundenzufriedenheit PKW
- ✓ Zeitmanagement für CSI
- ✓ Verkäufercoaching

### Zielgruppe

Serviceleiter  
Serviceberater

### Hinweise

Dauer: 2-5 Tage  
 siehe auch: CSI -Verkauf und Großkundenbetreuung  
 Coach: Martin Goetze

## Zeitmanagement und Selbstorganisation für Verkäufer CSI

### Zielsetzung

Immer umfangreicher werden die Aufgaben im Automobilverkauf für Verkäufer. Neben Produktkenntnissen zu einer Vielzahl von Fahrzeugmodellen und Linien, müssen Finanzierung, Leasing, steuerliche Belange und andere Inhalte beherrscht werden.

In diesem Umfeld ist Zeitmanagement und Selbstorganisation am Arbeitsplatz die Basis für erfolgreiches Verkaufen. Die Verkäufer erhalten Hilfsmittel zur Optimierung Ihrer Kundenkontaktzeiten und Kenntnisse, ihren Arbeitstag optimal zu gestalten. Anwendung der „9 Kundenkontakt-Phasen“

### Vorgehensweise

Ein Gruppentraining am ersten Tag ermöglicht den Verkäufern die eigene Sicht auf Zeitmanagement zu richten. Das Coaching wendet sich an bis zu max. 3 Teilnehmer und findet im Umfeld des Arbeitsplatzes statt.

### Inhalte

Im Zeitmanagement-Training werden den Teilnehmern Theorie und die Gründe für Zeitmanagement vermittelt. Innerhalb der Selbstorganisation werden die im Zeitmanagement erworbenen Kenntnisse am Arbeitsplatz individuell eingeführt und angewendet. Zur Verbesserung des individuellen CSI-Verkäufer-Index, werden die relevanten Kundenkontaktphasen in den Arbeitsalltag integriert

**Erfolg**

**Fleiß**

### Zielgruppe

PKW- und Nutzfahrzeugverkäufer;  
Verkaufsleiter

### Hinweise

Dauer: 2,5 Tage  
 siehe auch: CSI -Verkauf und Service  
 Coach: Martin Goetze

## Zeitmanagement und Selbstorganisation für Verkäufer Akqui

### Zielsetzung

Immer umfangreicher werden die Aufgaben im Automobilverkauf für Verkäufer. Neben Produktkenntnissen zu einer Vielzahl von Fahrzeugmodellen und Linien, müssen Finanzierung, Leasing, steuerliche Belange und andere Inhalte beherrscht werden.

In diesem Umfeld ist Zeitmanagement und Selbstorganisation am Arbeitsplatz die Basis für erfolgreiches Verkaufen. Die Verkäufer erhalten Hilfsmittel zur Optimierung Ihrer Kundenkontaktzeiten und Kenntnisse, ihren Arbeitstag optimal zu gestalten.

Zusätzlich ist die Gewinnung von neuen Kunden eine der wichtigsten Grundaufgaben eines Verkäufers, die in diesem Coaching besonders hervorgehoben wird.

### Vorgehensweise

Ein Gruppentraining am ersten ermöglicht den Verkäufern die eigene Sicht auf Zeitmanagement zu richten.

Das Coaching richtet sich auf bis zu max. 3 Teilnehmern und findet im Umfeld des Arbeitsplatzes statt.

### Inhalte

Im Zeitmanagement-Training werden den Teilnehmern Theorie und die Gründe für Zeitmanagement vermittelt.

Innerhalb der Selbstorganisation werden die im Zeitmanagement erworbenen Kenntnisse am Arbeitsplatz individuell eingeführt und angewendet.

**Gleichzeitig werden die Grundzüge erfolgreicher Akquisitionstätigkeit in die Tagesplanung integriert**

Erfolg

Fleiß

### Zielgruppe

PKW- und Nutzfahrzeugverkäufer;  
Verkaufsleiter

### Hinweise

Dauer: 2,5 Tage  
 siehe auch: Akquisitions-Wettbewerb  
 Coach: Martin Goetze, Simone Gerber

## Akquisitions-Wettbewerb für PKW und Transporter

### Zielsetzung

Ständige Veränderungen in der Kundenstruktur führen zum Verlust bestehender Kundenbeziehungen. Dennoch ist die Akquisition von Kunden regelmäßig ein Stiefkind im Automobilhandel. Der Aufbau neuer Interessenten ist von großer Bedeutung für ein ertragreiches und stabiles Neufahrzeuggeschäft.

Zusätzliche Geschäfte bei der Inzahlungnahme von Gebrauchtwagen unterstützen den Unternehmenserfolg.

Neue Kunden sind gleichzeitig Akquisiteure für neue Interessenten

### Vorgehensweise

Erfassung der Akquisitionen in einer **Datenbank** zur regelmäßigen Auswertung.

Monatliche Auswertung der Daten. Integration von Gebrauchtwagen-Inzahlungnahmen.

Vorausgehendes Akquisitionstraining mit Hinweisen zu optimalen Adressbearbeitung und Interessentensuche

### Inhalte

Durch einen 12-monatigen Verkäufer-Wettbewerb wird das Akquisitionsverhalten der Verkäufer „spielend“ zur Regelmäßigkeit.

Die Motivation der Verkäufer wird durch diese Art der Steuerung erhöht und nicht durch druckvolle Argumentation des Verkaufsleiters gefährdet. Gebrauchtwagen-Inzahlungnahmen werden in den Wettbewerb integriert

**Erfolg**

beachten Sie auch das Trainings- und Beratungsprodukt:

- ✓ Zeitmanagement für CSI
- ✓ Verkäufercoaching Akquisition

**Fleiß**

### Zielgruppe

PKW- und Nutzfahrzeugverkäufer;  
Verkaufsleiter

### Hinweise

Dauer: 1 Tage + Datenbank  
 siehe Zeitmanagement  
 auch: Akquisition  
 Coach: Martin Goetze

## Verkäufer-Coaching PKW – Transporter – LKW

### Zielsetzung

Kontakt- und Telefonverhalten, Auftritt beim Kunden, Akquisitionen, Angebots- und Abschlussstärken sowie Organisation der Arbeitsabläufe werden vom Trainer begleitet und beurteilt.

Ein besonderer Schwerpunkt bildet die Betrachtung der nachhaltigen Planung und Durchführung von Kundenkontakten unter dem Gesichtspunkt der aktuellen Kundenzufriedenheit-Studien und notwendiger Marktdurchdringung.

### Vorgehensweise

Tagesbegleitung mit Abstimmung zu dem Schwerpunkten des Coaching.

### Inhalte

Der Verkäufer erhält zu dem Coachingtag ein umfangreiches Feedback durch den Trainer. Zusätzlich wird zwischen dem Verkäufer und dem Trainer eine Umsetzungsvereinbarung geschlossen, die die notwendigen Veränderungen enthält. Der Trainer setzt sich nach 8 Wochen mit dem Verkäufer nochmals in Verbindung und berät diesen bei Problemen und Potentialen.

**Erfolg**

**Fleiß**

### Zielgruppe

PKW- und Nutzfahrzeugverkäufer;  
Verkaufsleiter

### Hinweise

Dauer: 1 Tag  
Termin: Nach Vereinbarung  
Coach: Martin Goetze,  
Simone Gerber

## Service Großkundenbetreuung Focus Umsatzsteigerung und Kundenbindung

### Zielsetzung

Steigerung der Serviceumsätze bei Großkunden mit einem Fuhrpark von mehr als 25 Fahrzeugen. Durch gezielte Kundenbetreuung im Außendienst wird die Kundenloyalität und Kundenzufriedenheit nachhaltig verbessert. Mit einem Vor-Ort-Service werden notwendige Arbeiten an Kundenfahrzeugen besprochen und vorterminiert. Die Präventivmaßnahme führt zu einer Reduzierung der Kundenanrufe und Verbesserung der Terminplanung im Autohaus. Im Nutzfahrzeugbereich können mit Sonderpreisen für Standardarbeiten Umsätze gesichert werden.

### Vorgehensweise

Ein Gruppentraining am ersten Tag ermöglicht den Mitarbeitern die individuelle Einrichtung des Systems.  
Das Coaching richtet sich an bis zu max. 3 Teilnehmern und findet im Umfeld des Arbeitsplatzes statt.

### Inhalte

Auswahl des umsetzenden Personenkreises und Implementierung der notwendigen individuellen Maßnahmen.  
Vorauswahl des Kundenkreises und Aufbau einer kundengerechten Argumentationskette für den Außendienstmitarbeiter.  
Installation eines Erfolgscontrollings zur Sicherung der Außendienstleistung.

Erfolg

Fleiß

### Zielgruppe

Serviceleiter  
KD-Annehmer/Meister, Teammeister  
Werkstattmeister

### Hinweise

Dauer: 2,5 Tage  
Termin: Nach Vereinbarung  
Coach: Martin Goetze

## Mietstützpunkte für Nutzfahrzeuge optimieren

### Zielsetzung

Erhöhung der Marktdurchdringung im Vertrieb und Service Nutzfahrzeuge durch Optimierung der Vertriebsleistung in der LKW-Vermietung. Die Neigung der LKW-Kunden zur Nutzfahrzeug-miete (Mobilität auf Abruf) als zusätzliche Dienstleistung aufgreifen und ertragreich umsetzen. Sicherung der Mietraten durch einfache Mahnstrukturen und gezielte Kundenansprache. Rechnungsstellung und Kautionsleistungen als Sicherheit gegen Zahlungsausfälle.

### Vorgehensweise

Im 2-tägigen Trainings- und Coachingteil werden alle Arbeitsabläufe analysiert und neu bewertet. Umsetzungen definiert und projiziert. Der Folgetag wird zur Überprüfung der Umsetzungen wie auch zum Akquisitions-Coaching genutzt.

### Inhalte

- Marketing am Standort richtig einsetzen
- Nutzfahrzeugverkäufer für Miete sensibilisieren
- AKV Vermieter im Unternehmen
- Rechnungsstellung als Kautionsleistung
- Kundencluster in der Anwendung der Kautionsleistung
- Mahnwesen optimieren
- Ratenkalkulation zur Steigerung der Ergebnisse
- Unterschlagungsvorbeugung

**Erfolg**

**Fleiß**

### Zielgruppe

Vermieter am Mietstützpunkt  
KD-Annehmer/Meister, Verkaufsleiter,  
Serviceleiter

### Hinweise

Dauer: 3 Tage  
Termin: Nach Vereinbarung  
Coach: Martin Goetze

## Eigene Nutzfahrzeugmiete im Verkauf implementieren

### Zielsetzung

Im Umfeld immer größer werdender Dienstleister in der Nutzfahrzeugmiete (KLV, TCH, PEMA, ALPHA, Hertz, etc.), ist die Gefahr groß, die Kompetenz beim Nutzfahrzeugkunden zu verlieren. Eine immer größer werdende Zahl von Speditionen und Fuhrunternehmen greifen auf diese Dienstleistung zurück, da Sie keine langfristigen Verladeraufträge erhalten.

Aufbau einer eigenen Langzeitvermieter-Kompetenz zur Sicherung der Kundenstruktur und Ausweitung der Unternehmensdienstleistungen in Verkauf und Service.

### Vorgehensweise

Im 2-tägigen Trainings- und Coachingteil werden alle Arbeitsabläufe bewertet. Umsetzungen definiert und projiziert. Der Folgetag wird zur Überprüfung der Umsetzungen wie auch zum Akquisitions-Coaching genutzt.

### Inhalte

- Aufbau Anlagenbuchhaltung
- Kostenstellen der Miete im Autohaus
- AKV Vermieter
- Kundencluster in der Anwendung zur Kautions
- Mahnwesen optimieren
- Unterschlagungsvorbeugung
- Optimierung Serviceumsätze am Standort
- *Kalkulationstool zur Mietratenkalkulation*
- *Kalkulationstool Mietkaufpreis*

**Erfolg**

**Fleiß**

### Zielgruppe

Vermieter am Mietstützpunkt  
KD-Annehmer/Meister, Verkaufsleiter,  
Serviceleiter, Geschäftsführer, Buchhaltung  
Kaufm. Leitung

### Hinweise

Dauer: 3 Tage mit Pauschalpreis  
Termin: Nach Vereinbarung  
Coach: Martin Goetze

## Leistungs- und Finanz-Quick-Check im Autohaus

### Zielsetzung

Die Zeitpunkt Betrachtung eines Unternehmens mit Hilfe der Bilanz und/oder der Ergebnisrechnung gibt keine Auskunft über die Entwicklung des Unternehmens. Im Rahmen des Finanz-Quick-Check werden alle Bereiche des Unternehmens in Kurzform überprüft, Zahlen zweier Perioden gegenübergestellt und bei Bedarf anhand einer Hochrechnung ergänzt. Abweichungen aller Fachbereiche werden durch eine Kurzanalyse transparent und führen zu einer qualifizierten Aussage über die mögliche Entwicklung des Unternehmens sowie Einstufung zum Bankenrating. Gleichzeitig stellt der Quick-Check die Basis für eine, bei Bedarf, notwendige Neuausrichtung des Unternehmens dar.

### Vorgehensweise

Erfassung und Analyse der Unternehmenszahlen aller Abteilungen. Aufbau eines Jahresvergleichs mit Ermittlung der Ursachen bei Veränderungen. Abgleich mit Betriebsvergleichen und detailliertes Reporting bezüglich der Ist-Situation im Wettbewerbsumfeld.

### Inhalte

- Bilanzentwicklung über 2 Jahre
- Bewegungsbilanz
- Cash-Flow, Ertragswert
- Liquiditätsentwicklung
- Finanzierungsstruktur
- Absatz- und Ergebnisentwicklung Neuwagen
- Absatz- und Ergebnisentwicklung GW
- Ergebnisentwicklung Service
- Kostenstruktur Service
- Produktivität und Auslastung Service

**Erfolg**

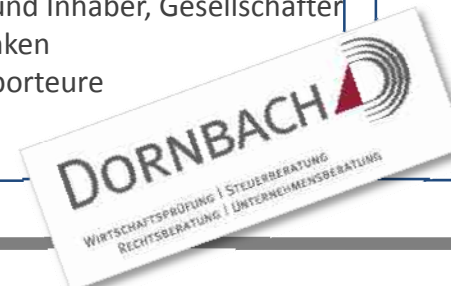
**Fleiß**

### Zielgruppe

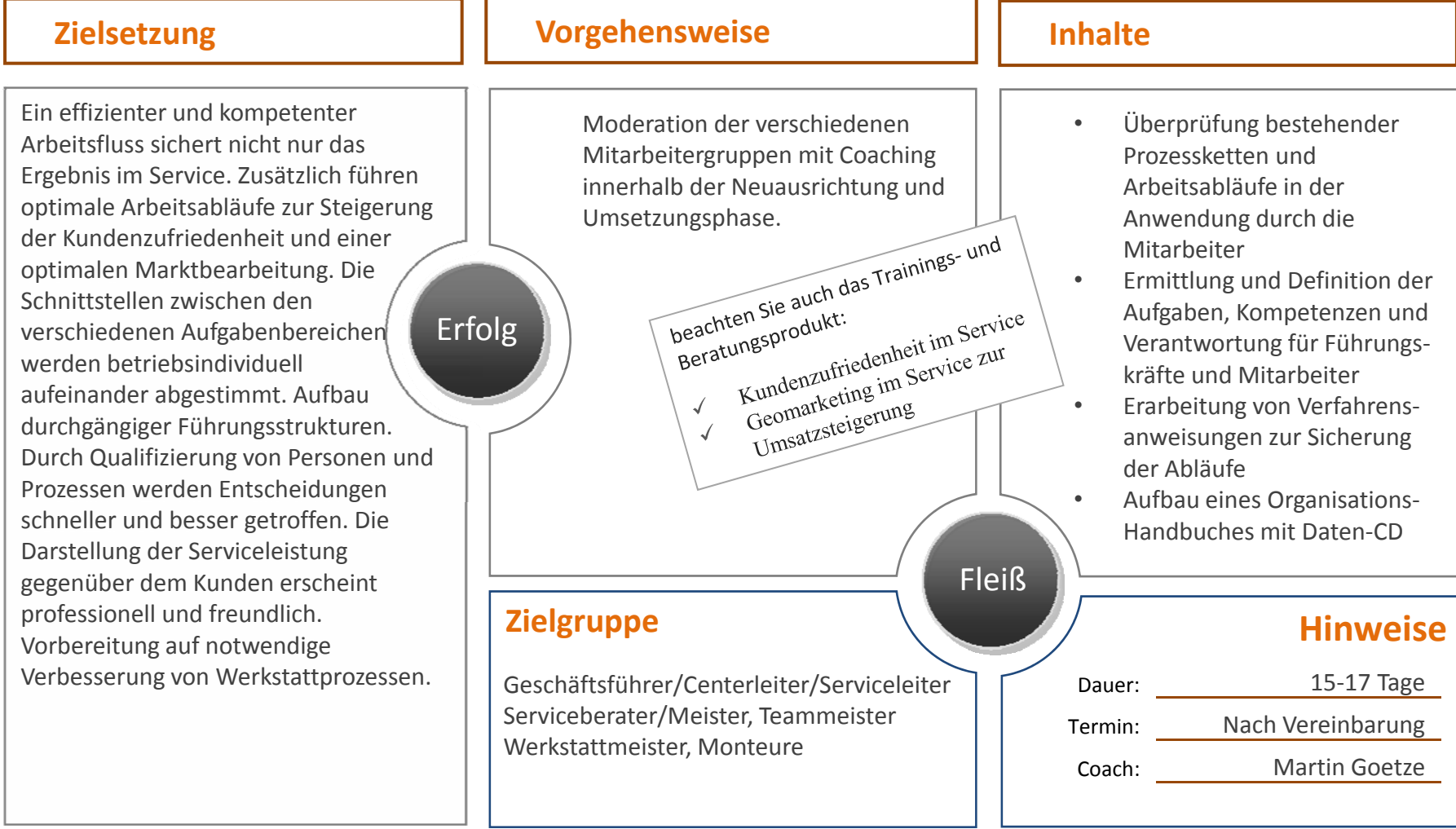
Geschäftsleitung und Inhaber, Gesellschafter  
 Finanzierende Banken  
 Hersteller und Importeure

### Hinweise

Dauer:           Pauschal ab 9.500 €            
 Termin:           Nach Vereinbarung            
 Coach:           Martin Goetze, Klaus Walter, Dornbach          



## Service-Optimierung im Autohaus (PKW-Trapo-LKW)



beachten Sie auch das Trainings- und Beratungsprodukt:

- ✓ Kundenzufriedenheit im Service
- ✓ Geomarketing im Service zur Umsatzsteigerung

## Geo-Marketing im Service zur Umsatzsteigerung

### Zielsetzung

Betrachtung und Analyse der Kunden- und Marktstruktur; mit den Erkenntnissen zum Kundenverhalten und des Marktverantwortungsgebietes werden Zielgruppen gebildet, die exakt auf ihren Bedarf angesprochen werden. Die Werbung von Kunden wandelt sich in eine neuartige und auf die aktuelle Automarktsituation angepasste Kundenbetreuung zur:

- Neugewinnung von Fahrzeughaltern.
- Re-Aktivierung von Werkstattfernbleibern.
- optimale Betreuung loyaler Kunden.

### Vorgehensweise

Datenselektion zu Kunden und Markt im Autohaus. Im Büro Berlin Plausibilitäts-Check der Kundendatensätze und Analyse der regionalen Kunden- und Marktstruktur. Vorstellung der Ergebnisse und Arbeitspakete zur Marktbearbeitung im Autohaus.

### Inhalte

Einteilung der vorhandenen Kunden in Zielgruppen nach Sparten, Fahrzeug-Segmenten und Loyalität. Analyse des Marktes und Betrachtung des Betreuungsgrads in Zusammenhang mit der Entfernung der Kunden bzw. der Größe des Marktverantwortungsgebietes. Zusammenstellung der „Werkzeuge“ zur Marktbearbeitung und Kundenbetreuung.

**Erfolg**

beachten Sie auch das Trainings- und Beratungsprodukt:  
 ✓ Service-Optimierung im Autohaus

**Fleiß**

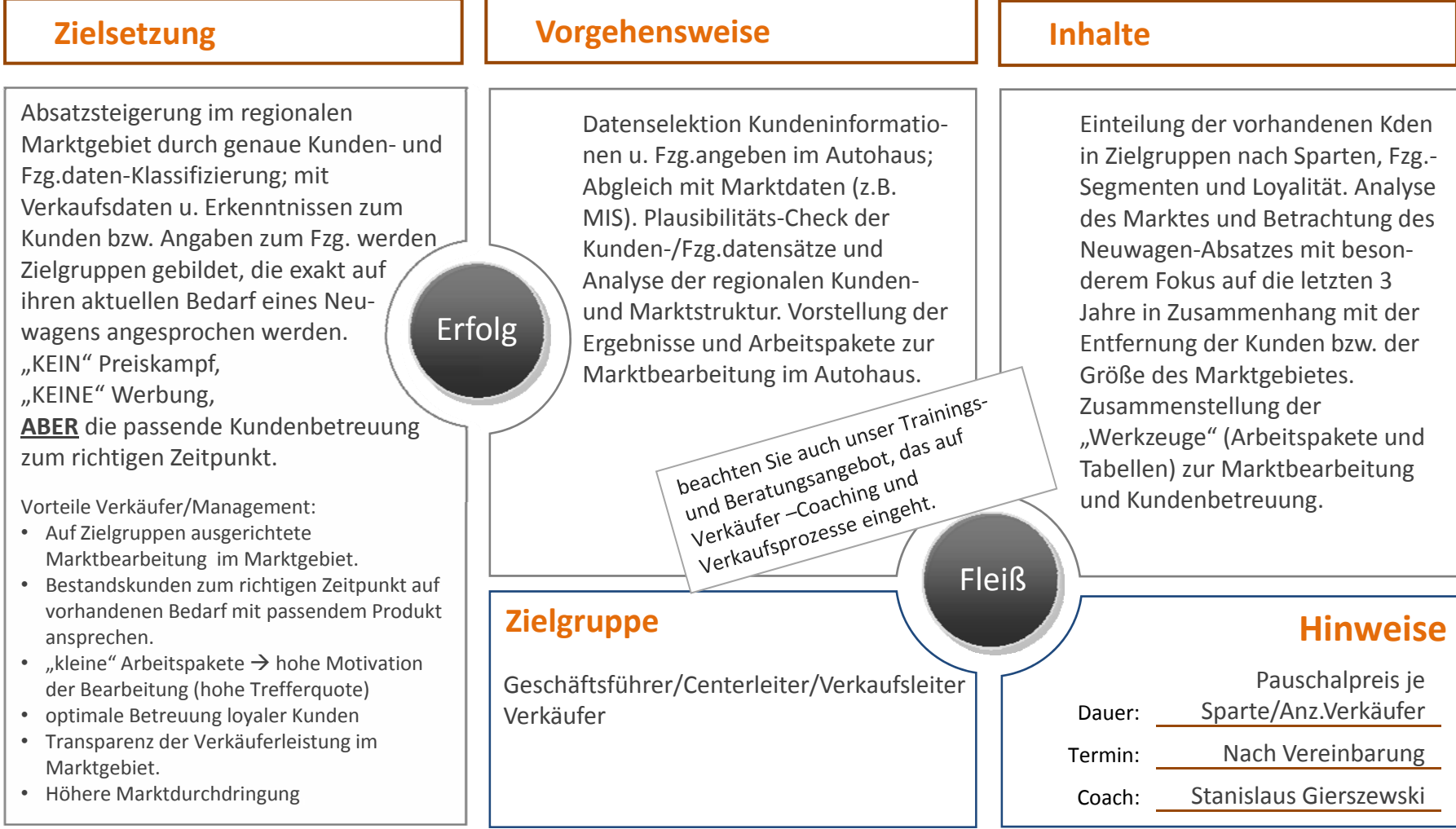
### Zielgruppe

Geschäftsführer/Centerleiter/Serviceleiter  
 Serviceberater/Meister, Teammeister  
 Werkstattmeister, Monteure

### Hinweise

Dauer:           Pauschalpreis je Sparte            
 Termin:           Nach Vereinbarung            
 Coach:           Stanislaus Gierszewski

## Geo-Marketing Neuwagen-Verkauf Beschleunigung Verkaufsprozess



## Geo-Marketing Gebrauchtwagen-Verkauf (Junge Gebrauchte)

### Zielsetzung

Absatzsteigerung und optimale Kundenloyalität im regionalen Marktgebiet durch genaue Kunden- und Fzg.daten-Klassifizierung; mit Verkaufsdaten u. Erkenntnissen zum Kunden bzw. Angaben zum Fzg..  
 Passende Ansprache mit passenden Produkten zum richtigen Zeitpunkt beim bekannten Kunden.

Vorteile Kunden/Verkäufer/Management:

- Auf Zielgruppen ausgerichtete Marktbearbeitung im Marktgebiet.
- Transparenz zum und Identifikation mit regionalen Marktgebiet.
- Kauf-Loyalität bei Bestandskunden erreichen.
- Sehr hohe Kundenzufriedenheit sichern.
- „kleine“ Arbeitspakete → hohe Motivation der Bearbeitung durch Verkäufer (hohe Trefferquote)
- Transparenz der Verkäuferleistung im Marktgebiet.
- Schnellerer „Umschlag“ der GW-Verkäufe
- Höhere Marktdurchdringung

### Vorgehensweise

Datenselektion Kundeninformationen u. Fzg.angaben im Autohaus; Abgleich mit Bestandsdaten (z.B. MIS). Plausibilitäts-Check der Kden-/Fzg.datensätze und Analyse der regionalen Kden- und Marktstruktur. Vorstellung der Ergebnisse und Arbeitspakete zur Marktbearbeitung im Autohaus.

### Inhalte

Einteilung der vorhandenen Kden in Zielgruppen nach Sparten, Fzg.-Segmenten und Loyalität. Analyse des Marktes und Betrachtung des Gebrauchtwagen-Absatzes mit besonderem Fokus auf die letzten 3 Jahre in Zusammenhang mit der Entfernung der Kunden bzw. der Größe des Marktgebietes. Zusammenstellung der „Werkzeuge“ (Arbeitspakete und Tabellen) zur Marktbearbeitung und Kundenbetreuung.

**Erfolg**

beachten Sie auch unser Trainings- und Beratungsangebot, das auf GW-Verkauf ausgerichtet ist:  
 ✓ GW-Verkauf effizient gestalten

**Fleiß**

### Zielgruppe

Geschäftsführer/Centerleiter/Verkaufsleiter  
 Verkäufer

### Hinweise

Pauschalpreis je  
 Dauer:           Sparte/Anz.Verkäufer            
 Termin:           Nach Vereinbarung            
 Coach:           Stanislaus Gierszewski

## Knigge im Autohaus

### Zielsetzung

In vielen Trainings und Seminaren werden Verhaltensweisen eingeübt, die in verschiedenen Situationen im Kundenkontakt gebraucht werden. Trotzdem gibt es im Alltag immer wieder Dinge, die uns verunsichern:  
 Besucher empfangen: Wer geht vor?  
 Wen begrüßt man zuerst? Wie ist das mit dem Small Talk? Und wie benimmt man sich korrekt, wenn man mit Trauernden oder Behinderten zu tun hat?  
 Solche oder ähnliche Fragen müssen wir im Alltag in Sekunden-Schnelle beantworten, um dann richtig reagieren zu können.

Gut, wenn man sich zuvor damit auseinandergesetzt hat!

### Vorgehensweise

Trainer-Input, Einzel – und Gruppenarbeit, Persönlichkeits- und Verhaltenstest, Rollenspiele, Diskussionen und gegenseitiges Feedback

### Inhalte

Der Beginn des Workshops startet mit einem Persönlichkeitstest. Danach ist es leichter, eigenes Verhalten und das Anders-Sein des Anderen und der Kundschaft zu verstehen und zu respektieren. Themen wie Kleiderordnung, Verhalten am Markt, Körpersprache, Grundregeln der Kommunikation, aktives Zuhören und schwierige Gespräche meistern, sorgen für einen abwechslungsreichen Tag.

**Erfolg**

beachten Sie auch das Trainings- und Beratungsprodukt:

- ✓ Kundenzufriedenheit PKW
- ✓ Kundenzufriedenheit Transporter
- ✓ Kundenzufriedenheit Service
- ✓ Zeitmanagement für CSI
- ✓ Verkäufercoaching

**Fleiß**

### Zielgruppe

Mitarbeiter im Kundenkontakt:  
 Empfang, Serviceberater, ET-Verkäufer, Ladenverkäufer, Außendienstverkäufer, Mitglieder der Geschäftsleitung


### Hinweise

Dauer: 2-3 Tage  
 Termin: Nach Vereinbarung  
 Coach: Margit Winkler

## Ihre Ansprechpartner:

Martin Goetze

Inhaber

 (06151) 98 197.20


mobil (0170) 77 97 095

Fax (06151) 98 197.23

 MG@martingoetze.de

Stanislaus Gierszewski

Partner

 (06151) 98 197.21


mobil (0171) 79 24 551

Fax (06151) 98 197.23

 SG@martingoetze.de

## Martin Goetze+Partner

Herdweg 81  
64285 Darmstadt

 (06151) 98 197.20


Büro Berlin – Stanislaus Gierszewski:

Martin Goetze+Partner

Josetti-Höfe

Rungestraße 22-24

10179 Berlin

 (030) 24 04 98.68