



# operatives Verkaufstraining: Besser verkaufen im Service 2.0

## Ausgangssituation und Zielsetzung

Übergreifende Zielsetzung des operativen Verkaufstrainings „Besser Verkaufen im Service 2.0“ ist die nachhaltige Steigerung der Vertriebsleistung des Serviceberaters zum aktiven Verkauf von zusätzlichen Serviceleistungen bei Privatkunden und Firmenkunden im Händlerbetrieb. Schwerpunkte bilden dabei sowohl die PKW- also auch die NFZ-Segmente des Herstellers.

- Durchführung eines individualisierten Coaching-Programms für Serviceberater
- Zielgruppenfokus: Privatkunden und Firmenkunden
- Durchführung von 8 Coaching-Tagen durch den Sales Coach Coach im Zeitraum von 3 Monaten
- konsequente Begleitung und Unterstützung des Serviceberaters durch den Sales Coach im Händlerbetrieb
- Sicherstellung der Nachhaltigkeit der Maßnahmen im Händlerbetrieb
- professionelle Unterstützung durch den Sales Coach beim Ausbau und Erhöhung der Kundenbetreuungs- und Verkaufsleistung
- Befähigung des Serviceberaters zur Umsetzung der Verkaufsprogramme des Herstellers



# operatives Verkaufstraining: Besser verkaufen im Service 2.0

## Trainingsziele

- Der Teilnehmer „traut“ sich und spricht gezielt Bestandskunden auf Zusatzleistungen im Service an.
- Der Teilnehmer „traut“ sich und spricht aktiv ehemalige Servicekunden an.
- Der Teilnehmer lernt Strategien zum Verkauf von Zusatzleistungen kennen.
- Der Teilnehmer ist in der Lage, telefonische Erstkontakte und Nachfasskontakte gezielt vorzubereiten und durchzuführen.
- Der Teilnehmer gewinnt Sicherheit im Vereinbaren von Terminen und Erfragen der entscheidenden Ansprechpartner sowie beim Erstgespräch mit dem Kunden.
- Der Teilnehmer lernt eine ergebnisorientierte Qualifizierung von Servicekunden, insbesondere mit Bedarfsmerkmalen.
- Der Teilnehmer überprüft bei jeder Serviceannahme die Fahrzeuge auf offenen Servicekampagnen.
- Der Teilnehmer fasst alle erstellten Kostenvoranschläge konsequent nach.
- Der Teilnehmer entwickelt Maßstäbe zur Bewertung von Aufwand und Ertrag bei der Kundenreaktivierung.
- Der Teilnehmer spricht sukzessive ehemalige Servicekunden des Händlerbetriebes zur Reaktivierung an.
- Der Teilnehmer qualifiziert alle Kreditoren / Lieferanten des Händlerbetriebes zur Verkaufsaktivierung



# operatives Verkaufstraining: Besser verkaufen im Service 2.0

## Qualitative Ziele

- Vermittlung von Know-how und Instrumenten für den Geschäftsbereich Servicekunden
  - aktive Bestandskunden ansprechen
  - passive Bestandskunden reaktivieren
  - Lieferanten des Händlerbetriebes ansprechen
  - Alle angesprochenen Servicekunden qualifizieren
  - Kunden zum Service terminieren
  - alle durchgeführten Kundenkontakte mit qualifizierten Merkmalen mit Wiedervorlage für den nächsten Kontaktzeitpunkt versehen
  - alle Fahrzeuge bei der Serviceannahme auf offene Servicekampagnen prüfen
  - moderne Kommunikationsmedien gezielt nutzen
  - alle Kostenvoranschläge nachfassen
  
- Motivation, operative und praxisnahe Unterstützung (Höherqualifizierung) des Serviceberaters:
  - Organisation und Strukturierung der Kundengewinnung und -betreuung sowie der „Vertriebswoche“
  - ergebnisorientierte und systematische Wochenplanung der „Vertriebswoche“
  - direkte Kundenaktivierung und -qualifizierung im Markt (Überzeugen durch „Vormachen“) für eine schnelle und nachhaltige Steigerung einer gezielten Kundenansprache.
  
- Priorisierte Zusatzleistungen des Serviceberaters im Kundenkontakt
  - Windschutzscheiben
  - Steinschlag, Smart-Repair
  - Reifen
  - Klimacheck
  - Wintercheck
  - Motoröl
  - ggf. Sonderkampagnen



# operatives Verkaufstraining: Besser verkaufen im Service 2.0

## Quantitative Ziele

- gezielte Ansprache einer hohen Zahl von Kundenpotentialen
  - mindestens jeden Kunden auf 2 Zusatzleistungen ansprechen
  - mindestens 50 % Verkaufsquote einer Zusatzleistung
  - mindestens 10 Kundenkontakte pro Woche ehemaliger Servicekunden
- Erzeugung einer hohen Anzahl von Serviceterminen
- Steigerung der Servicetermine
- Steigerung der verkauften Arbeitsleistungen pro Kunde
- Stärkung der Herstellermarke in der Servicekompetenz
- Erhöhung der Kundenzufriedenheit



# operatives Verkaufstraining: Besser verkaufen im Service 2.0

## Trainingsinhalte

- eigene Aufgaben erkennen, Verantwortung übernehmen, Eigenmotivation nutzen
- Strategien der Kundenbindung und Neukundengewinnung
- gezielter Einsatz moderner Kommunikationsmedien
- ergebnisorientierte und strategische Planung der Vertriebswoche
- Überblicke über die Chancen und Risiken verschiedener Methoden zur Kundenreaktivierung und Neukundengewinnung
- der telefonische Kontakt im Service
- Vorbereitung und Planung von eigenen Erstkontakten
- den Entscheider am Telefon erfragen und die „Sekretärin“ für sich gewinnen
- das Potential eines Kunden in Erfahrung bringen und einen geplanten Termin vereinbaren
- Erstgespräche professionell vorbereiten und durchführen
- üben der zentralen Phasen des Erstgesprächs inkl. Bedarfsanalyse und Einsatz der Händler CRM
- Tipps und Hilfen, auch ohne einen Termin, an potentielle Kunden/Interessenten heranzutreten
- professionell schriftliche Angebote erstellen
- Business-Knigge für den „richtigen“ Umgang mit Servicen Kunden
- ergebnisorientiertes Nachfassen von Kostenvoranschlägen
- Festlegung von geeigneten Folgekontaktzeitpunkten für Wiedervorlagen



# operatives Verkaufstraining: Besser verkaufen im Service 2.0

## Methodik

- Einteilung des Verkaufstraining in **4 aktive Coachingphasen** über **3 Monate** mit insgesamt **8 Coachingtagen** (1. Phase: 1 Tag, 2. Phase 5 Tage, 3. Phase 1 Tag und 4. Phase 1 Tag)
- Aufteilung der Phasen in „aktives“ (= mit Coachbegleitung) und „passives“ (= ohne Coachbegleitung) Coaching
- Vermeidung typischer „Seminareffekte“ durch operative Begleitung im Vertriebsalltag
- praxisorientierte Begleitung durch den Sales Coach nach dem **Vormachen-Mitmachen-Nachmachen-Prinzip**
- Der Sales Coach stimmt sich in der Coachingarbeit mit dem Serviceleiter / Geschäftsführer des Händlerbetriebes ab, tauscht die Erkenntnisse und Ergebnisse aus, liefert Hinweise für die weitere Verbesserung und achtet auf eine ergebnisorientierte Führung und Steuerung des Serviceberaters.
- kontinuierliche Messung und Bewertung der Vertriebsleistung des Serviceberaters durch den Sales Coach in den aktiven und passiven Phasen

## Ergebnisse

- ➔ schnelle und professionelle Einarbeitung des Serviceberaters im Händlerbetrieb
- ➔ hohe Nachhaltigkeit sowohl in der „aktiven“ und „passiven“ Phase
- ➔ Erreichen hoher Eigenständigkeit des Serviceberaters durch Wechselwirkung zwischen aktiver und passiver Phase
- ➔ professionelle Weiterentwicklung des Serviceberaters durch aktive Begleitung des „persönlichen“ Coach. Hohe Lernbereitschaft und Offenheit durch konstruktive Auseinandersetzung mit den eigenen Leistungen im „cheffreien“ Raum.



# operatives Verkaufstraining: Besser verkaufen im Service 2.0

## Schematische Darstellung



### Tag 1 Einstieg

- Vorbereitung mit SL / GF
- „Übernahme“ des Serviceberaters
- Priorisierung der vorbereiteten Servicepotentiale (aktive und ehemalige Bestandskunden, Lieferanten)
- Fachaustausch zwischen Sales Coach und Serviceberater über die Vertriebsinstrumente
- Generierung aktueller Adressen aus der Lead-IT
- professionelle Bestands- und Neukundenansprache (persönlich und telefonisch) durch das **Vormachen-Mitmachen-Nachmachen-Prinzip**
- Nachbereitung und Dokumentation der Gesprächsergebnisse im Händler-CRM
- Vereinbarung nächster Aktivitäten



### Tag 2 - Tag 6 Vertriebswoche

- Vorbereitung und Planung der „Vertriebswoche“
- Vorbereitung und Durchführung von Servicekontakten
- professionelle Bestands- und Neukundenansprache (persönlich und telefonisch) durch das **Vormachen-Mitmachen-Nachmachen-Prinzip**
- Nachbereitung und Dokumentation der Gesprächsergebnisse im Händler-CRM
- Vereinbarung nächster Aktivitäten



### Tag 7 Folgetag

- Reflektion der Erfahrungen und Erkenntnisse von SL / GL und Serviceberater in der „coachfreien“ Zeit durch den Sales-Coach
- Überprüfung der bisherigen Kontaktergebnisse
- Abgleich der Ergebnisse mit den Vereinbarungen
- professionelle Bestands- und Neukundenansprache (persönlich und telefonisch) durch das **Vormachen-Mitmachen-Nachmachen-Prinzip**
- Nachbereitung und Dokumentation der Gesprächsergebnisse im Händler-CRM
- Vereinbarung nächster Aktivitäten



### Tag 8 Abschluss

- Reflektion der Erfahrungen und Erkenntnisse von SL / GL und Serviceberater in der „coachfreien“ Zeit durch den Sales-Coach
- Überprüfung der bisherigen Kontaktergebnisse
- Abgleich der Ergebnisse mit den Vereinbarungen
- professionelle Bestands- und Neukundenansprache (persönlich und telefonisch) durch das **Vormachen-Mitmachen-Nachmachen-Prinzip**
- Nachbereitung und Dokumentation der Gesprächsergebnisse im Händler-CRM
- Abschlussbesprechung mit SL / GL und Verkäuferkandidaten
- Maßnahmen zur ergebnisorientierten Führung und Steuerung des Serviceberaters

