

Service Training

Trainerprogramm



Aktives Verkaufen mit MadaWin und MadaPro

Inhalt

| | | |
|----|---|---|
| 1. | Angebote im Service Kernprozess | 2 |
| 2. | Kurzvorstellung „Aktives Verkaufen“ | 4 |
| 3. | Erstkontakt „Aktives Verkaufen“ | 6 |
| 4. | Einsatz „Aktives Verkaufen“ im Autohaus | 7 |

1. Angebote im Service Kernprozess

(ca. 30 Min.)

Didaktischer Hintergrund

- Die Teilnehmer kennen teilweise das Paketsystem und haben sich möglicherweise eigene Lösungen für Angebote geschaffen
- Die Schwierigkeiten bzgl. individuellen Angeboten im Tagesgeschäft sollen bewusst gemacht werden, damit der Nutzen der neuen Funktion voll zur Geltung kommt

Die Teilnehmer haben ihre Erfahrungen aus dem Alltag zum Thema „Aktives Verkaufen“ reflektiert.



Flipchart

1.1. Ablauf

Der Trainer sammelt von den Teilnehmern Antworten auf folgende zwei Fragen:

- Welche Arten von Angeboten gibt es im Service?
Folgende Punkte sollten genannt werden:
 - Wartung
 - Individuell (Serviceangebote für spezifische Kundenprofile oder Kundenverhalten)
 - Nachrüstung / Zubehör
 - Sicherheit / Gesetzliche Vorschriften
 - Werterhaltung / Taktische Angebote (Serviceangebote um kosmetische Schäden zu beheben und um in Kontakt mit Kunden zu bleiben bzw. diese zurückzugewinnen).
 - Finanzdienstleistungen
- Was macht ein Angebot attraktiv?
 - sofort verfügbar (nicht: „da muss ich mal was raussuchen und mich später melden“)
 - deutlich beschriebene Leistung
 - verbindlicher, günstiger Preis (Ersparnis ggü. UPE wird angezeigt)
 - zur Situation des Kunden passend (Fahrzeug, km-Leistung, Alter, Ausstattung)
 - neu (nicht schon mal vom Kunden abgelehnt)
 - etc.

Hinweis für den Trainer:

Auf diese beiden Flipcharts kann der Trainer später zurückgreifen, um zu zeigen, wie „Aktives Verkaufen“ dabei unterstützt, attraktive Angebote zu machen.