



Kundenbetreuung und -aktivierung am Telefon



Leider ist es so: Die Kunden und Interessenten kommen nicht mehr von alleine zu uns in den Betrieb. Die Verkäufer-/ Händler- und/oder Herstellertreue ist nicht mehr so, wie es einmal war. Die aktive Kundenbetreuung und -aktivierung ist einer der Schlüssel, um weiter erfolgreich zu verkaufen und die Kundentreue zu sichern. In diesem Training erhalten Sie Tipps und Tricks zur Vorbereitung und Durchführung.

Trainingsdauer: 2 Tage

Zielgruppe: Verkaufsberater, Verkaufsassistent, Kundenbetreuer, Callcenter-Mitarbeiter

Trainingsziele:

Die Teilnehmer

- bilden eine positive Einstellung zur Arbeit am und mit dem Telefon, erkennen die Wichtigkeit und agieren dementsprechend konsequent.
- überprüfen ihre eigene Arbeits-Organisation.
- nutzen den Verkäufer-Arbeitsplatz bzw. MS Outlook als Informations-/Wiedervorlage-System.
- setzen Prioritäten bei der Betreuung ihrer Kunden/Interessenten.
- gewinnen Sicherheit durch das Üben der einzelnen Gespräche am Telefon.

Trainingsinhalte:

Die Einstellung zur Telefonarbeit und zum Kundenbeziehungsmanagement

- Kundenbeziehungsmanagement heißt konsequent agieren
- Die Kontaktverfolgung als Basis zum Beziehungsaufbau
- Erst säen (kontaktieren), dann ernten (abschließen)

Die Ziele des Kundenbeziehungsmanagement

- Informationen über den Kunden/Interessenten und sein Fahrzeug einholen
- Den Kunden/Interessenten in den Laden bringen/zur Probefahrt bewegen
- Das Gefühl des „Umsorgens“ vermitteln

Die Vorbereitung und Organisation im Autohaus und am Arbeitsplatz

- Filtern der individuellen Kunden-Kraftfahrzeug-Liste/-datei
- Selektion der „heißeren“ Kunden, um möglichst schnell Erfolge zu erzielen
- Analysieren der individuellen Null-Kunden-Liste, um weitere Kunden/Interessenten herauszufiltern und anzusprechen
- Arbeiten mit vorgegebenen „Leads“
- Aufbau/Überprüfung des individuellen Terminplaners/Wiedervorlage-Systems
- Eintragung der Kontakte in den Terminplaner/Wiedervorlage-System
- Konsequente Nutzung des Verkäufer-Arbeitsplatz bzw. MS Outlook als Informations-/Wiedervorlage-System
- Prioritäten setzen bei der Betreuung Ihrer Kunden/Interessenten

Training der Betreuungs-/Akquisitionsgespräche

- (z.B.: Einholung Einverständniserklärung Datennutzung, Vorstellung als neuer Verkaufsberater, Finanzierungs-/ Leasingauslauf, besondere Finanzierungs-/Leasingkonditionen-/Angebote, neue Verkaufsförderungsaktion, hoher Kilometerstand des Kundenfahrzeugs, hohes Alter des Kundenfahrzeugs, Kundenkontakt zwischen dem Autohaus und dem Kunden älter als ein Jahr, Probefahrtangebote, Gebrauchtwagenankauf-Angebot, Kontakt mit vorgegebenen Leads, Akquisitionsgespräch mit Gewerbetreibenden/kleinen Flotten etc.)

Dazu jeweils:

- Aufbau individueller Gesprächsaufhänger für verschiedene Situationen unter Berücksichtigung der aktuellen Verkaufshilfe-Programme
- Erarbeiten der Einwandbehandlung und Üben der Argumentationen
- Vorbereitung und Training der „Live“-Gespräche