

Was will der Kunde wirklich?  
Kundenbedürfnisse im Reifenhandel und der freien  
Werkstätte am Beispiel Reifenkauf  
| Bundestagung KFZ Großhandel 02.10.2019 |

Franz Fartek, [www.flow.de](http://www.flow.de)

Wer wir sind ...



## ... was wir machen ...

### flow change®



Change Management  
Strategieberatung  
Innovations-  
management  
Konsensuale Beratung

### flow leadership®



Führungskräfte-  
Entwicklung  
Coachings  
und Seminare  
Führen in komplexen  
Umgebungen

### flow sales®



Verkaufstrainings  
Action-Learning  
Medientrainings  
Vertriebs- und  
Marketingstrategie

### personal flow®



Personalauswahl  
und -entwicklung  
Potenzialanalysen  
Zielvereinbarung  
Teamentwicklung

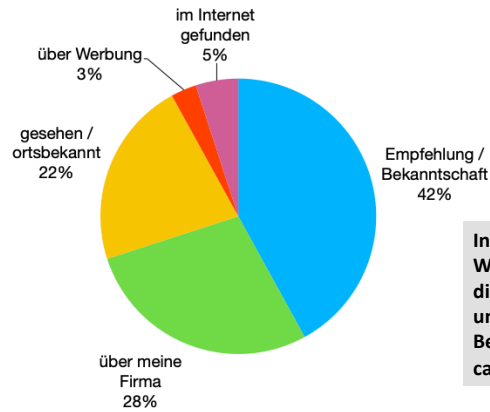
## Umfangreiche Studien zum Kundenverhalten



- Kundenbefragungen und -  
beobachtungen bei  
Reifenvermarktern über 10 Jahre  
in Österreich und Deutschland  
durch flow consulting gmbh
- Umfassende Erfahrungen in der  
Beratung von Reifenvermarktern
- Abgleich durch wissenschaftliche  
Studien, u.a. von der Universität  
St. Gallen

Empfehlung und Bekanntheit sind für die Wahl der Einkaufsstätte von Reifen und Autoserviceleistungen immer noch entscheidend

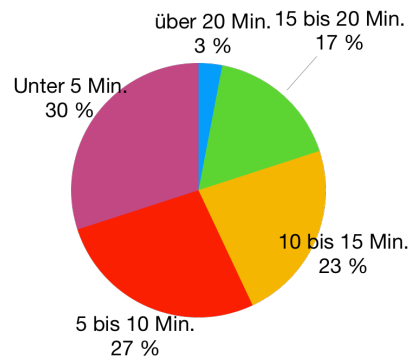
Frage:  
„Wie sind Sie zum ersten Mal auf diesen Händler aufmerksam geworden?“



In der freien Werkstatt liegt die Empfehlung und örtliche Bekanntheit bei ca. 70%

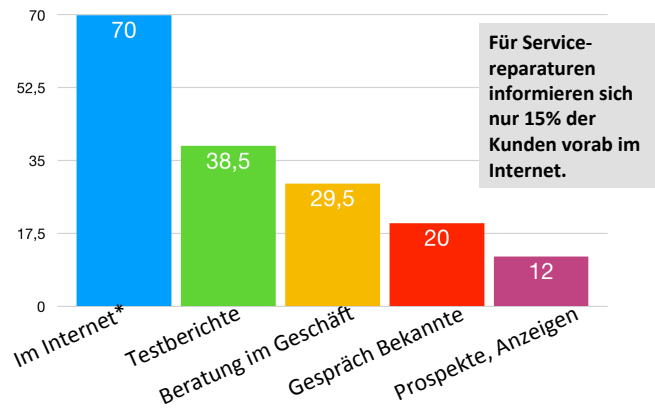
80% der Kunden fahren maximal 15 Minuten bis zum Dienstleister „Reifen“

Frage:  
„Wie lange war die Anfahrtszeit zu diesem Betrieb?“



70% der Kunden informieren sich vor dem Kauf von Reifen im Internet, Testberichte und Beratung spielen auch eine Rolle

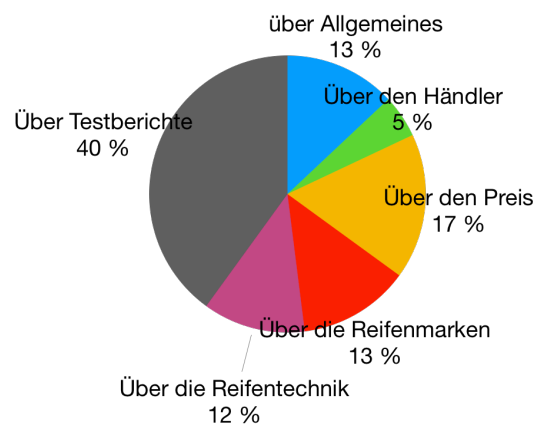
Frage:  
„Wie informieren Sie sich über Reifen und den Reifenkauf?“



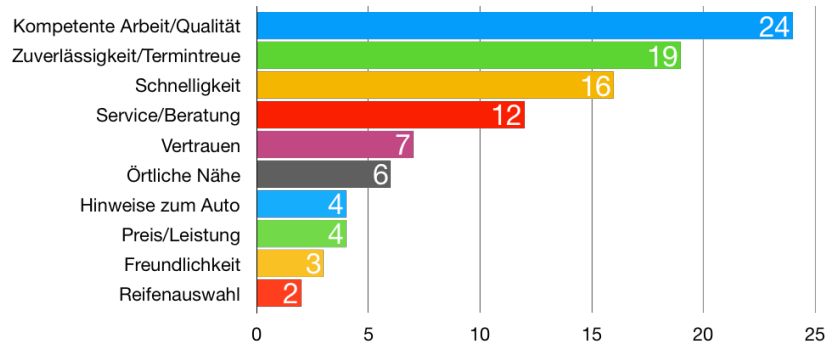
\*Suchmaschinen, Webseiten Händler, Industrie, Zeitschriften, Testberichte (Darstellung in Prozent, Mehrfachnennungen enthalten)

Bei der Information im Internet steht die Qualität im Fokus

Frage:  
„Worüber informieren Sie sich im Internet zum Thema Reifen?“



### Kompetenz und Service ist wichtiger als Preis



Frage: „Was gefällt Ihnen an diesem Betrieb besonders gut?“ (Reifenhandel und Werkstätten)

### Preisimage zum Thema Reifen

- **Autohaus:** „Da zahle ich sicher mehr für den Reifen, aber mein Auto ist ja noch neu und die machen ja den ganzen Service.“
- **Reifenfachhandel:** „Die kenne ich gut, die machen faire Preise und bei Reifen sind sie Spezialisten.“
- **Werkstätten:** „Den kenne ich gut und außerdem macht der immer einen Super-Preis.“

Gute Prozesse ist eine der wichtigsten Stellhebel für Kundentreue.



"Es muss einfach und schnell gehen. Termine einhalten, kurze Wartezeiten, freundlich, gute Beratung und fair. Dann passt alles."

Frage: „Haben Sie schon mal woanders gekauft und warum sind Sie da weg?“

Bei „...“ war es immer unheimlich hektisch. Und es hat lange gedauert.

Ich bin umgezogen. Der Händler liegt für mich sehr nahe.

Ich hatte mal die Preise verglichen. Seitdem bin ich hier.

Die haben mir meine Felgen zerkratzt.

Die haben keine Räder gewaschen.

Ich musste mehr als 2 Wochen auf einen Termin warten.

## Für die Optimierung der Prozesse gibt es kein Patentrezept

1. Der lokale Kontext ist unterschiedlich.
2. Viele Händler müssen unterschiedliche Anforderungen gleichzeitig lösen.
3. Dazu kommt die manchmal unberechenbare Saisonkurve wegen des Wetters.

## Prozess von "Kunde kommt" bis "Kunde geht"

1. Vorbereitung auf die Saison
2. Terminplanung und Organisation
3. Auftragsannahme und Beratung
4. Auftragsdurchführung / Werkstatt
5. Bezahlen und Fahrzeugübergabe
6. Ordnung / Sauberkeit

## Prozess von "Kunde kommt" bis "Kunde geht"

### 1. Vorbereitung auf die Saison

- Eingelagerte Räder checken
- Räder vorbereiten/wuchten
- Mitarbeitereinsatz planen
- Kunden über abgefahrene Reifen informieren

#### Die häufigsten Fehler

- Aushilfskräfte zu spät organisiert
- Räder erst gecheckt, als Kunde da war
- Keine Besprechung mit den Mitarbeitern
- Keine feste Aufgabenzuordnung

## Prozess von "Kunde kommt" bis "Kunde geht"

### 2. Terminplanung und Organisation

- Gute Erreichbarkeit gewährleisten (Telefon, Online-Terminbühne, usw.)
- Kundendaten erfassen
- Richtige Termintaktung

#### Die häufigsten Fehler

- Keine Kundendaten erfasst
- Online-Terminbuchung ist kompliziert
- Termintaktung zu großzügig



## Prozess von "Kunde kommt" bis "Kunde geht"

### 3. Auftragsannahme und Beratung

- Schnelle und trotzdem gute Beratung
- Professionelles Angebot
- Fehlerfreier Auftrag an die Werkstatt

#### Die häufigsten Fehler

- Preis steht im Fokus und nicht die Leistung
- Auftragsweitergabe an die Werkstatt fehlerhaft
- Warenwirtschaftsprogramme sind nicht immer eine Unterstützung
- Teilesuche kompliziert und langwierig

## Prozess von "Kunde kommt" bis "Kunde geht"

### 4. Auftragsdurchführung / Werkstatt

- Klare Aufgabenverteilung
- Keine unnötigen Leerzeiten
- Regelmäßige KFZ-Checks

#### Die häufigsten Fehler

- Keine klare Aufgabenzuordnung, dadurch Hektik, besonders im Reifenfachhandel
- In der Saison fallen KFZ-Checks weg
- Jeder kümmert sich nur um „seine“ Bühne
- Autos fahren auf die Bühne ohne vorherige Kontrolle (Schrauben, Profil..)

## Prozess von "Kunde kommt" bis "Kunde geht"

### 5. Bezahlen und Fahrzeugübergabe

- Erklärung der Rechnung
- Infos zum Auto, KFZ-Check erklären
- Freundliche Verabschiedung
- Hinweis auf zukünftige Aktionen, Angebote

#### Die häufigsten Fehler

- Unnötige Wartezeit bei der Bezahlung
- Keine Infos zur Rechnung / Auftrags erledigung

## Prozess von "Kunde kommt" bis "Kunde geht"

### 6. Ordnung / Sauberkeit

- Aufräumen am Tagesende
- Gut strukturiertes Lager
- Gute Orientierung für den Kunden (Parkplatz, Ansprechpartner)

#### Die häufigsten Fehler

- Unübersichtlicher Verkaufsraum
- Das Lager ist vollgestellt und schlecht systematisiert, führt zu langen Such- und Laufwegen



Herzlichen Dank!

| Bundestagung KFZ Großhandel, 02. Oktober 2019 | Franz Fartek