

In einer Branche, die sich ständig wandelt, setzt [Liqui Moly](#) bewusst auf Flexibilität, konkrete Konzeptlösungen und starke Markenbindung - ein Erfolgsrezept, das insbesondere im freien Werkstattmarkt Früchte trägt

Flexibilität als Wettbewerbsvorteil

Liqui Moly versteht sich als agil, reaktionsfreudig und passgenau. Entscheidungswege sind kurz, der Support direkt und individuell. Der Außendienst analysiert Vor-Ort-Bedarf und entwickelt Strategien zur Umsatzsteigerung - von Verkaufsschulungen bis Prozessoptimierung.

Konzeptlösungen für Werkstätten

Liqui Moly liefert weit mehr als nur Öle - mit Konzepten wie Gefahrgut-Management, Umweltschutzberatung und dem innovativen „Back-and-Box“-System. Die platzsparende Ölversorgung in wiederbefüllbaren Beuteln spart Kosten, reduziert Abfall und vereinfacht den Werkstattalltag.

Nachhaltigkeit fest im Blick

Liqui Moly minimiert CO₂-Emissionen durch effiziente Ölprodukte, reduziert Verpackungsmüll und setzt auf umweltfreundliche Produktion. Das stärkt das Image der Werkstätten als moderne Dienstleister.

Die Marke Liqui Moly ist viel mehr als ein Produktname - sie steht für Qualität „Made in Germany“. Durch Motorsport-Engagement und strategisches Marketing wird Vertrauen aufgebaut. Werkstätten profitieren: Premiumprodukte rechtfertigen höhere Preise und stärken die Kundenbindung.

Für freie Werkstätten lohnt es sich, diese Vorteile gezielt zu nutzen:

- Instituieren Sie das „Back-and-Box“-System für Lageroptimierung
- Laden Sie das Außendienst-Team ein, individuelle Strategien für Ihren Betrieb zu entwickeln
- Nutzen Sie das Marketing-Engagement von Liqui Moly, um sich als Premiumanbieter zu positionieren

Unser Tipp: Ergänzen Sie diese Ansätze mit den kostenfreien [LIQUI MOLY Schulungen und Trainings](#), z. B. zu Öl- und Schmierstoffmanagement, fundiert und praxisnah erklärt.