



Jedes Jahr das gleiche: Während es viele schaffen, dass Frühjahrsgeschäft beim Reifenwechsel etwas zu entzerren, knallt es im Winter in den meisten Werkstätten ziemlich. Egal was man auch tut, um den Kunden beizubringen, dass eigentlich schon im Oktober auf Winterreifen gewechselt werden kann - im November knallt es richtig. Je nach Wetterlage passiert es, dass sich das Wintergeschäft auf gerade einmal 4-6 Wochen konzentriert.

Umrüstsaison in 4-6 Wochen

Die komplette Umrüstsaison in gerade einmal 4-6 Wochen durchzuziehen, ist kein Zuckerschlecken: Für alle Mitarbeiter bedeutet das in der Regel 6-Tage-Wochen und 12-Stunden-Tage. Ein Kunde, der anruft und erst 3 Wochen später einen Reifenwechsel-Termin bekommt, war oft die längste Zeit Kunde. Informiert man sich in Foren oder auf unterschiedlichen Social-Media-Kanälen, zeigt sich: Die Kunden beschwerten sich gerade in der Umrüstsaison überdurchschnittlich häufig über die schlechte telefonische Erreichbarkeit und lange Wartezeiten.

Kunden zufrieden stellen, trotz 100% Auslastung

Wer es schafft, auch in der Umrüstsaison seine Kunden zufrieden zu stellen, ist seinen Wettbewerbern einen deutlichen Schritt voraus. Für alle bedeutet das höchste Anstrengung, aber es gibt einige Tipps, die - richtig umgesetzt - dabei helfen können.

1. Terminvereinbarungen für Radwechsel - kinderleicht

Die meisten Kunden wollen eigentlich nur einen Termin. In den meisten Werkstätten müssen Sie dafür jedoch immer noch anrufen. Jeder Anruf bedeutet: Ein Mitarbeiter im Büro kann sich zu dieser Zeit nur um den Anrufer kümmern und nicht um die Kunden in der Werkstatt. Diese müssen unter Umständen länger warten, können nicht begrüßt werden oder müssen getröstet werden. Dabei ist die Zeit, die der Kunde bei Ihnen im Büro ist, die wertvollste Zeit, die Sie zur Kundenbindung haben.

Also: Versuchen Sie in der Umrüstsaison keine Termine telefonisch zu vereinbaren.

Unser Tipp: Es gibt unterschiedliche Fertiglösungen, damit Kunden ihre Radwechseltermine online vereinbaren können. Das spart Zeit bei Ihren Mitarbeitern und führt Ihre Kunden schneller zum Ziel. D.h., mit einer Online-Lösung haben Sie zwei Fliegen mit einer Klappe geschlagen.

2. Rädereinlagerungen vorziehen

Werden Sie aktiv und vereinbaren Sie mit Ihren Rädereinlagerungskunden bereits Anfang Oktober Termine. Die meisten Kunden werden sich mit Sicherheit über diesen Service freuen. Vor allem, wenn die Kunden neue Reifen brauchen, sollten Sie die ruhigere Vorsaison nutzen um neue Reifen anzubieten und Verkäufe unter Dach und Fach zu bringen. Um die Kunden zum Kaufabschluss zu animieren, können Sie Vorsaison-Angebote schnüren.

3. Immer Zeit für Neukunden

Bleiben Sie flexibel in der Werkstatt. Sie sollten nie die kompletten Werkstattkapazitäten für bestehende Kunden auslasten: Als Werkstatt brauchen Sie jedes Jahr Neukunden, aber diese können Sie nur gewinnen, wenn Sie auch Zeit für sie haben. Deswegen: Immer Zeit für spontane Neukunden einplanen, damit Sie die Chance haben, zusätzliches Potenzial zu heben.

4. Sonderschichten am Wochenende

Das Wintergeschäft ist für Sie und Ihre Mitarbeiter die härteste Zeit im Jahr. Aber ein erfolgreiches Geschäft ohne Wintergeschäft ist nicht vorstellbar. Schwören Sie also Ihre Mitarbeiter auf die Zeit ein und schaffen Sie Strukturen, um in diesem Zeitraum maximal viel abarbeiten zu können. Möglicherweise bietet es sich an, einen kleinen Schichtdienst mit Aushilfen einzurichten, damit die Werkstatt optimal belegt ist. So könnten beispielsweise kleine Firmen-Fuhrparks auch am Wochenende abgearbeitet werden, damit die Werkstatt unter der Woche für Privatkunden frei ist.

5. Volle Konzentration auf den Kunden auf dem Hof

Ein klassischer Tag in der Umrüstesaison: Zwei Telefone klingeln, der Mechaniker braucht eine Information, drei Kunden stehen im Laden und per Mail kommen Anfragen rein. Sie können sich, auch im Wintergeschäft, nicht verteilen. Also müssen Sie ganz klar Prioritäten setzen. Wenn Sie die Prozesse so gestalten, dass möglichst wenig Kunden anrufen müssen (z.B. durch eine Online-Terminvereinbarung und durch eine 24 Stunden-Angebotsgarantie) können Sie sich während den Öffnungszeiten voll und ganz auf die Kunden konzentrieren, die bei Ihnen sind. Fokussieren Sie Ihre Aufmerksamkeit auf die Kunden vor Ort – schließlich kommen die meisten Ihrer Kunden nur 2-3 im Jahr vorbei und verdienen an diesen Terminen die maximale Aufmerksamkeit.

Institutionalisieren Sie kleine Aufmerksamkeiten: Zum Beispiel eine kleine Schokolade zum Abschied. So geben Sie Ihren Kunden auch im größten Stress der Umrüstesaison das Gefühl, wichtig für Sie zu sein.