

# WERKSTATT

---

## STAMMTISCH



Im April-Werkstattstammtisch haben wir uns über relevante Verkaufsunterstützung in der Werkstatt unterhalten. Was hilft wirklich? Banner, Poster, Flyer, Social Media Postings? Auf was können Werkstätten verzichten und welche Materialien haben einen wirklichen Mehrwert?

Mit dabei war unser Partner MAHLE, der nicht nur den teilnehmenden Werkstätten sein Thermomanagement-Paket bereitstellte, sondern auch ein echtes Bier mitlieferte.

## **Folgendes Fazit haben wir aus der Diskussion mitgenommen:**

### **Print-Materialien:**

Flyer, Poster, Banner und weitere Materialien wie zum Beispiel Checkhefte oder Service-Aufkleber sind grundsätzlich in kleinen Stückzahlen noch gewünscht. Die Relevanz von Flyern in der Verkaufsunterstützung nimmt ab, Poster und Banner werden von Werkstätten noch sehr gerne genutzt, um auf Aktionen und Leistungen hinzuweisen. Auch besondere Werbemittel, wie der MAHLE-Pinguin, kommen gut an.

### **Service-Aufkleber**

Etwa die Hälfte der teilnehmenden Werkstätten haben eigene Service-Aufkleber, so dass die Hersteller-Aufkleber nur als Ersatz genutzt werden. Insgesamt ist die Bedeutung von Service-Aufklebern aber groß.

Wunsch: Es wäre wünschenswert, wenn es eine Software gäbe, die entsprechend des Auftrages direkt die relevanten Aufkleber ausdruckt (über einen Etiketten-Drucker o.ä.) Das würde eine Menge Schreibkram ersparen.

## **Überzeugende Unterstützung in Werkstätten**

Beim Beispiel Thermomanagement wurde in besonderem Maße die Möglichkeit geschätzt, mit dreckigen Filtern die Notwendigkeit einer Klimaanlageanlagewartung hervorzuheben. Wenn Kunden das Beispiel direkt gezeigt werden kann, ist das eine große Unterstützung für den Verkauf.

### **Digitale Verkaufsunterstützung für die Werkstatt:**

Neben den Print-Materialien sind für alle Werkstätten digitale Elemente in der Verkaufsförderung wichtig. Gewünscht werden sich:

- Banner und Postings für Websites und Social Media
- Elemente, die als Signatur in E-Mails verwendet werden können, oder in Newsletter integriert werden können
- Vorlagen, die so angepasst werden können, dass die Werkstatt ihr eigenes Logo integrieren kann.

## **Hilfsmittel in der Werkstatt**

Technische Verzeichnisse wünschen sich die Werkstätten sowohl als Print- als auch digitale Option. Technische Handbücher in der Werkstatt werden gerne als Nachschlagewerk mit Informationen und Notizen versehen und sind teilweise schneller zu Hand als das mit digitalen Optionen der Fall ist.

Die digitale Variante als Ergänzung wird von einigen Werkstätten bereits sehr stark genutzt.

Im Vergleich zu Checkblöcken, schneiden beschreibbare PDFs deutlich besser ab: So kann das digitale Check-in der Werkstatt direkt ausgefüllt werden und dann zweimal gedruckt werden. So muss der Check nur einmal ausgefüllt werden, kann aber in einer sauberen und ordentlichen Form abgelegt und dem Kunden übergeben werden.

## **Werkstatt-Datenbank**

Die Werkstätten wünschen sich eine Datenbank, in der sie gelistet werden können, nach der Absolvierung von Schulungen. So können Hersteller Endkunden auf den Service hinweisen

und dann direkt auf eine Werkstatt in der Nähe verweisen.

### **Special Klimaanlage-Check:**

Die Relevanz von Klimaanlagechecks erhöht sich bei Elektrofahrzeugen enorm: Für alle Marktteilnehmer gilt es hier Informationsarbeit bei Endkunden zu leisten, damit diese die Wartungen regelmäßig in Anspruch nehmen.