



21.10.2020

MIT KUNDENBINDUNG GEGEN DIE LOCKDOWN-LÜCKE!

Wenn im Herbst die Blätter fallen, haben viele Autohäuser und Werkstätten erfahrungsgemäß gut zu tun. Das dürfte auch in diesem Jahr kaum anders sein, denn bereits im Frühjahr wollten Autofahrer trotz Corona weiterhin Servicearbeiten durchführen und Räder wechseln lassen.

Oft ist es dann gar nicht so einfach, alle Termine zu koordinieren und mehrere Bälle gleichzeitig in der Luft zu behalten. Um keine Kunden abweisen zu müssen, sehen sich gerade jetzt viele K&L-Betriebe nach Möglichkeiten um, wie sie Arbeitsabläufe beschleunigen können. Expertise beim Umgang mit kleinen Schäden bietet hierfür großes Potential – zum Beispiel mit den Smart Repair-Lösungen zur professionellen Alufelgen-Aufbereitung, die wir Ihnen in diesem Newsletter vorstellen.

Während die Reparaturprozesse immer schneller werden, ist im Umgang mit den Kunden häufig Entschleunigung von Vorteil. So zeigt ein Blick auf das aktuelle DAT-Barometer der Deutschen Automobil Treuhand GmbH, dass knapp 60 Prozent der befragten Autofahrer eine ausführliche Dialogannahme schätzen. Bei telefonischen Terminvereinbarungen und Anfragen gaben fast 90 Prozent der Befragten an, dass ihnen der persönliche Kontakt zur Werkstatt wichtig ist – allen digitalen Trends zum Trotz.

Auch das Thema Classic Cars erfordert ausreichend Zeit und noch mehr Hingabe. Automobile Schmuckstücke, die früher ganz regulär in der Werkstatt durchgecheckt wurden, verlangen heute nach erfahrenen Spezialisten, die sich mit längst in Vergessenheit geratenen Reparaturmaterialien und -methoden auskennen. Das Klassikland in Münster bietet Old- und Youngtimer-Begeisterten diese Kompetenz unter einem Dach. Im Beitrags-Video finden Betriebe wertvolle Tipps, worauf es bei der Restauration historischer Fahrzeuge ankommt. Außerdem stellen wir Ihnen in dieser Newsletter-

Ausgabe einen Leipziger Karosseriebaumeister vor, der Oldtimerbesitzern und Hobbyschraubern Nachhilfe erteilt und dadurch das Kundengeschäft weiter ankurbelt.

Fakt ist: Welche Strategie Betriebe auch wählen, um weiterhin erfolgreich zu sein: Der direkte Austausch mit den Kunden sollte dabei nicht zu kurz kommen.

Christoph Hendel