

Optimierungspotenziale ausloten

Mit dem Sicherheitscheck zum besseren Betriebsergebnis

Beitrag von Tanja Herzig, Inhaberin KORU Training, Coaching & Consulting, Dietzenbach

Tanja Herzig ist Diplom-Kauffrau und geprüfte Business-Trainerin (BDVT). Sie war lange Zeit als Angestellte und Führungskraft im Konsumgüterbereich und im Reifenfachhandel tätig und kennt die täglichen Herausforderungen des Handelsgeschäfts. Ihr Unternehmen KORU Training, Coaching & Consulting hat sich auf Trainings und Beratungen für den Automotivebereich spezialisiert. Zusammen mit ihrem erfahrenen Team trainiert und berät sie zu Themen wie Führung, Servicequalität, Verkauf und Werkstatt.

Zusammen mit Peter Hülzer und Yorick M. Lowin von der BRV-Geschäftsführung hat sie im Frühjahr, kurz vor der Umrüstsaion, das Unternehmen des BRV-Vizevorsitzenden Marc Johann besucht und vor Ort einmal untersucht, wo bei der premio Reifen + Autoservice W. Johann GmbH noch Optimierungspotenziale bestehen. Über den Unternehmens-Check und dessen Ergebnis, das ein Ansatzpunkt auch in vielen anderen Unternehmen des Reifenfachhandels sein kann, berichtet sie in diesem Beitrag.

Optimierungs-Check bei Reifen Johann

Das sagt der Unternehmer

Wie ist der KORU-Check beim besuchten Unternehmen angekommen? Dazu von T&F befragt, antwortete Marc Johann: „Wir hatten ein sehr gutes, ausführliches Gespräch. Bei der anschließenden, kurzen Begehung des Betriebes hat Frau Herzig schnell auf das noch nicht optimal genutzte Potenzial des Fahrzeug-Sicherheitschecks fokussiert, so dass wir uns relativ spontan entschlossen haben, unsere Mitarbeiter noch vor dem Beginn der nahen Umrüstsaion von KORU dazu schulen zu lassen. In der Schulung überzeugte das KORU-Trainerteam rundum mit technischer wie verkäuferischer Kompetenz und auch durch seine Überzeugungskraft. Das Ergebnis ist positiv: Die Motivation unseres Verkaufs- und Werkstattpersonals, den Sicherheitscheck den Kunden aktiv anzubieten und am Fahrzeug zu realisieren, wurde sichtlich gesteigert. In der Umrüstphase konnten wir deshalb zusätzliche Umsätze im Dienstleistungssegment Autoservice realisieren.“



Checkt Unternehmen auf Optimierungspotenziale: Tanja Herzig, Autorin dieses Beitrags über einen Einsatz vor Ort.

Alle Abb.: KORU

Marc Johann hat uns eingeladen, eine seiner Filialen genauer unter die Lupe zu nehmen. Zusammen mit seiner Schwester Anne Sroka-Johann begrüßt uns der stellvertretende Vorsitzende des BRV offen und lädt uns nach einem ersten Gespräch ein, seinen Betrieb als Profis vom Fach zu inspizieren. Obwohl der Betrieb durch und durch gesund ist, gibt es vielleicht doch Ansatzpunkte, die noch optimiert werden können, so sein Gedanke. Veränderungen und Neuerungen stehen die Geschwister nicht nur positiv gegenüber, sie suchen sie sogar: Nicht umsonst ist die W. Johann GmbH mit ihren sechs Filialen einer der bedeutendsten Premio-Händler.

Ein Mitarbeiter zeigt uns den gesamten Betrieb. Er erklärt uns die filialspezifischen Abläufe in der Werkstatt, führt uns zu Maschinen und Lager. Die Verkäufer präsentieren uns den Kalender, in dem online vereinbarte Termine automatisch eingetragen werden. Eine separate Halle für das LKW-Geschäft samt mehreren Pannenfahrzeugen vervollständigt das Gesamtbild. Wir sind nicht überrascht, der Ruf des Unternehmens eilt den Betrieben voraus. Die Filiale ist überdurchschnittlich gut aufgestellt, die Prozesse passen. Natürlich gibt es auch hier Kleinigkeiten, die verbessert werden können: den strategischen Standort einer Maschine, die Sauberkeit der Werkstattecken oder die Warenpräsentation im Verkaufsraum.

Aber nur, weil eine Ecke blitzblank ist, verkauft der Händler auch nicht mehr. Hier stellt sich die Frage, wann welche Themengebiete aufgegriffen und optimiert werden können. Wir helfen dabei, eine Antwort auf die Frage zu finden. Aber für eine gute Antwort setzen wir auf die Einschätzung der Händler. Wo sehen Sie Potenziale? Wo läuft es aus Ihrer Sicht nicht rund? An welchen Stellen gab es in der Vergangenheit wiederholt Probleme?

In einem weiterführenden Gespräch mit den Geschwistern Johann sprechen wir über diese Fragen. Ist erst einmal der Stein ins Rollen gebracht, kommt schnell heraus: Es ist der Sicherheitscheck. Die Johanns sehen ein großes Potenzial bei der durchgängigen Anwendung des Checks, sie haben ihre Mitarbeiter schon oft geschult und dennoch – die Fahrzeugprüfung wird nicht so angewendet, wie sie sollte.

Alle Hebel in Bewegung setzen – die Saison steht vor der Tür!

Das Thema auf die lange Bank zu schieben, macht keinen Sinn für die Johanns. Sie entscheiden sich für ein kurzfristiges



Auf die Analyse folgen Taten: Begrüßung der Schulungsteilnehmer zum Thema „Sicherheitscheck“ bei Reifen Johann.



Schulung im Dialog: So wird beim Verkaufs- und Werkstattpersonal die Motivation für das aktive Anbieten des Sicherheitschecks gefördert.

Training mit ihren Mitarbeitern. Immerhin soll in den starken Wochen kein Geld auf der Straße liegen gelassen werden.

So wie der W. Johann GmbH geht es vielen Händlern. Der kostenlose Sicherheits- oder Fahrzeugcheck heißt zwar immer ein wenig anders, ist aber im Kern das Gleiche. Sicherheitsrelevante Baugruppen am Fahrzeug sollen geprüft werden, natürlich immer im Hinblick darauf, bei etwaigen Schäden den Reparaturauftrag zu gewinnen.

Dem geneigten Leser mag nun durch den Kopf gehen: typisch Werkstatt! Es sollten möglichst viele Mängel gefunden werden, um dem Kunden das Geld aus der Tasche zu ziehen. Wenn Mitarbeiter so über den Check denken, ist deutlich erkennbar, warum er in den meisten Betrieben nicht so effizient eingesetzt wird, wie er es könnte.

Der Check bietet eine ganze Reihe von Vorteilen, die es näher zu beleuchten gilt. Hier ein kleiner Auszug; zunächst in der Übersicht, im Anschluss folgen Erläuterungen: →

1) Vorteile für die Geschäftsführung

- Steigerung des Umsatzes und des Rohgewinns
- Gewinnung neuer Stammkunden
- Positionierung als Wettbewerber zum Autohaus

2) Vorteile für den Kunden

- Sicheres Fahrzeug bedeutet sicheres Fahren
- Rundum-Service (Reifen UND Autoservice) ist bequem
- Mehr Sicherheit ohne Zeiteinbußen für 0,- Euro

3) Vorteile für die Werkstatt

- Sicherung des Arbeitsplatzes
- Gleichmäßigere Auslastung
- Absicherung der eigenen Arbeit durch Dokumentation.

1. Die Geschäftsführung: Das oberste Ziel der Geschäftsführung leuchtet ein, der Umsatz und besonders der Rohgewinn soll verbessert werden. Nur wenn der Check eingesetzt wird, können Schäden überhaupt festgestellt werden, wodurch wiederum die Chance auf zusätzliche Autoservicegewinne entsteht. Kunden, die beispielsweise nur zum Reifenwechsel vorbei kommen, können auf der einen Seite über das Autoservice-Angebot informiert werden. Vielen Kunden ist überhaupt nicht bewusst, dass Sie mehr verkaufen als nur Reifen! Auf der anderen Seite können Sie den Kunden mit Ihrem hervorragenden Service überzeugen und ihn so als neuen Stammkunden gewinnen. In diesem Zuge können Sie sich auch geschickt als Wettbewerber zum Autohaus positionieren. Autohäuser haben die Konkurrenzsituation mit dem Reifenfachhandel längst erkannt und rüsten auf. Erster Ansprechpartner für Inspektionen und Autoservice ist häufig noch das Autohaus. Durch den regelmäßigen Einsatz des Checks können Sie unter Beweis stellen, dass Ihre qualitativ hochwertige Arbeit mit dem Autohaus mithalten kann. Und mehr als das: Sie können zusätzlich noch mit einem engeren, vertrauteren Kundenkontakt und Ihrer Flexibilität punkten.

2. Der Kunde: Komme ich als Kunde zum Reifenwechsel vorbei und werde darüber informiert, dass ein Sicherheitscheck an meinem Fahrzeug vorgenommen wird, bin ich positiv überrascht. Und erleichtert. Dank dem Vordruck und den Erklärungen der Mitarbeiter kann ich mir sicher sein, dass mit meinem Fahrzeug alles in Ordnung ist. Oder ich werde darauf hingewiesen, dass ich in 7.000 km meine Bremsbeläge erneuern lassen muss. Gut zu wissen, denn meinen nächsten Inspektionstermin habe ich erst in einem Jahr! Hier können Sie als Händler gleich noch einen oben drauf setzen: Erklären Sie, dass Sie gerne den Service



Argumente für den Sicherheitscheck: Wenn alles klar ist, sollte die Umsetzung in die Praxis auch klappen.

durchführen. Je nach jährlicher Fahrleistung entweder bei einem kurzfristigen Termin oder im Rahmen des nächsten Reifenwechsels. So habe ich als Kunde direkt Zeit gespart, denn ich muss nicht noch zusätzlich ins Autohaus, wo ich ohnehin nur schwer einen Termin bekomme. Zusammenfassend bedeutet das für mich, dass ich mehr Sicherheit, mehr Komfort und mehr Service erhalte. Und das alles zum Nulltarif.

3. Die Werkstatt: Häufig erlebe ich Mitarbeiter in der Werkstatt, die kein umfassendes Verständnis für die Notwendigkeit des Checks haben. Wir brauchen eine Motivation, etwas zu tun. Hier ein paar Argumente, mit denen Unternehmer bzw. Personalverantwortliche der Mitarbeitermotivation in punkto Sicherheitscheck Auftrieb verleihen können:

Betrachten wir den Check, liegt eins auf der Hand: Kann die Geschäftsführung mit dem Serviceangebot die Erträge steigern, sichert das selbstverständlich auch langfristig

Ihren Arbeitsplatz. Darüber hinaus sorgt der Check für eine gleichmäßigere Auslastung in der Werkstatt und damit für gleichmäßigere Arbeitszeiten für Sie. Die Zeit nach der Saison können Sie für die stärkere Durchführung von Autoservice nutzen und mehr Routine in den Abläufen bekommen.

Der bedeutendste Punkt aber ist: Ihre persönliche Absicherung. War ein Kunde zum Radwechsel in der Werkstatt und kommt es beispielsweise danach aufgrund abgefahrener Bremsbeläge zu einem Unfall, haben Sie ein Problem. Bieten Sie Autoservice an, kann sich der Kunde nach einem Urteil des Amtsgerichtes Brandenburg (Urteil vom 08.01.2007, 31 C 59/06) darauf verlassen, dass die Werkstatt das auf dem jeweiligen Gebiet erforderlichen Fachwissen besitzt. Damit haben Sie eine Aufklärungs- und Prüfungspflicht gegenüber dem Kunden.

Nutzen Sie den Check, sind Sie auf der sicheren Seite. So haben Sie eindeutig dokumentiert, dass alle sicherheitsrelevanten Bauteile in einwandfreiem Zustand waren, als das Fahrzeug die Werkstatt verließ. Oder Sie den Kunden auf einen etwaigen Mangel aufmerksam gemacht haben, dieser sich aber gegen eine Reparatur entschieden hat.

Wenn wir uns diese Argumente vor Augen führen, lässt sich leicht ableiten, wieso der nachhaltige Einsatz des Checks unumgänglich ist. Aber wenn doch alles glasklar ist, wieso wird es dann nicht so umgesetzt?

Wo sind die Stellhebel?

Beim Ablauf des Checks gibt es einige Knackpunkte, auf die es sich besonders zu schauen lohnt:

1) Im Verkauf

Wie führen Sie das Verkaufsgespräch mit dem Kunden? Wie bereiten Sie ihn darauf vor, dass Sie den Check durchführen und warum? Wie schaffen Sie es, dem Kunden ein positives Gefühl zu vermitteln?

2) Die Schnittstelle zwischen Verkauf und Werkstatt

Wie gut arbeiten Sie zusammen? Wer ist verantwortlich für was? Wie stellen Sie eine reibungslose Kommunikation zwischen Verkauf und Werkstatt sicher, so dass Sie möglichst effizient arbeiten können?

3) In der Werkstatt

Gibt es einen festgeschriebenen Ablauf für den Check? Wie sieht er aus? Wie gut kennen alle Mitarbeiter den Prozess? Wie häufig kommt es vor, dass „keine Zeit“ für den Check ist?

4) Zwischenzeitliche und abschließende Kommunikation mit dem Kunden

Wie ausführlich informieren Sie den Kunden über Zwischenstände? Wer ist verantwortlich für die Kundenkommunikation? Wie sicher sind Sie im Verkauf von Serviceleistungen? Wie geben Sie dem Kunden ein gutes Gefühl und sorgen dafür, dass er wieder kommt?

Beantworten Sie diese Fragen für Ihren Betrieb ehrlich, werden Sie ein besseres Gefühl dafür bekommen, ob Sie in Bezug auf den Sicherheitscheck schon top aufgestellt sind, oder ob Sie professionelle Unterstützung in Anspruch nehmen können.



Infobox

Mehr Informationen zum Beratungs- und Coachingangebot von Tanja Herzig finden Interessenten auf <http://www.koru.one>.

Zitat „Was beim Fußballspielen gute Schuhe leisten, leisten beim Autofahren Premium-Reifen.“

(so zitiert Goodyear Dunlop den Torjäger Arjen Robben des Fußball-Erstligisten FC Bayern München in einer Pressemeldung vom 07.04.2017 zum Thema „Umrüstung auf Sommerreifen“)