

Herzlich Willkommen zum **nächsten Baustein** zum Thema Kundenzufriedenheit, diesmal unter dem Titel „**Ein bleibender Eindruck - Die Rechnung**“.

Obwohl die Rechnung bzw. ihre Erläuterung in den meisten Prozessabläufen als Teil der Fahrzeugabholung gesehen wird, werden wir sie hier als **eigenen Abschnitt** behandeln.

Da die Rechnung außerdem einer der **letzten Kontaktpunkte** eines Kunden mit unserem Unternehmen darstellt, ist ihre Bedeutung in Hinsicht auf Kundenzufriedenheit sehr groß.

## Eigene Notizen



Hinzu kommt noch der **Aspekt des Geldes**, der dem Ganzen einen **heiklen Beigeschmack** verleiht.

Denn – so ehrlich müssen wir wohl alle sein – **keiner gibt gerne Geld aus**. Und da geht es dem Kunden nicht anders.

Also liegt es an uns, dieses Empfinden, viel Geld für wenig Leistung ausgegeben zu haben, zu beseitigen.

Am Besten wäre es, ihm **gar keinen Grund** zu geben, sich **an die Rechnung zu erinnern**, denn das schlimmste wäre das Gegenteil: „Ich weiß nicht mehr genau was war, aber es war irrsinnig teuer!“

Eine weitere Herausforderung sind auch hier die **verschiedenen Kundentypen**, die ganz unterschiedliche Anforderungen an uns stellen. Nehmen wir dazu nur ein paar **Beispiele**:

- Ein **Führerscheinneuling** mit wenig Geld
- Ein **Pensionist** mit Geld aber ohne technischem Wissen
- Ein **Fahrer eines Dienstfahrzeuges**, dem die Rechnungshöhe vielleicht egal ist

## Warum dieses Thema?



Bevor wir uns dem Inhalt des ersten Moduls zuwenden, wollen wir uns aber noch ein paar Gründe ansehen, die die **Bedeutung dieses Themas** unterstreichen.

- **Letzter Eindruck ist der bleibende:** Wie bereits gehört ist der **Spagat zwischen positivem letztem Eindruck**, der darüber entscheidet, ob ein Kunde wieder kommt bzw. uns weiter empfiehlt, **und Bezahlen** ein sehr schwieriger, der viel **Fingerspitzengefühl** verlangt. Stellt man sich jedoch auf den Kunden ein und gibt ihm das Gefühl, für sein Geld auch **entsprechende Leistung erhalten** zu haben, wird er mit positivem Eindruck nach Hause gehen.



- **Von anderen Prozessen beeinflusst:** Der **Grundstein** zu einem erfolgreichen Abschluss des Werkstattbesuchs wird bereits **viel früher**, schon am Telefon bei der Terminvergabe, gelegt. Je **präziser** Dauer, Umfang und Kosten **kommuniziert** werden, umso besser kann sich der **Kunde darauf einstellen** und **böse Überraschungen bleiben ihm erspart**. Dies erfordert natürlich eine **funktionierende interne Kommunikationskette** und dementsprechende **Strukturen**.



- **Unterschiedliche Kundenbedürfnisse:** Dass jeder Kunde **unterschiedliche Bedürfnisse hat** ist nichts neues. Jedoch gilt es dies **nicht nur bei Verkauf und Beratung sondern auch bei der Rechnung und deren Erklärung zu beachten**. Es gilt zu erkennen, ob ein Kunde eine Erklärung braucht oder möchte. Vielleicht traut er sich aus **Scheu** einfach nicht zu fragen. Sein **Verhalten** und seine **Mimik** können uns dabei sehr helfen, ihm die Wünsche im wahrsten Sinn des Wortes „von den Augen abzulesen“.

- **Unsichtbares sichtbar machen:** diesen letzten Punkt wollen wir uns mit dem nächsten Bild veranschaulichen.



Wenn wir uns dieses Bild ansehen, können wir eigentlich **nicht sagen**, ob das Auto **noch nicht oder schon fertig** ist. Meistens, wenn es nicht gerade ein Unfallschaden ist, sieht das Auto nach einem Werkstattbesuch genau so aus wie vorher – vermutlich nur ein wenig sauberer.

Ein Kunde mit deutlich **weniger technischem Verständnis**, kann dies daher noch weniger sagen.

Versetzen wir uns also in ihn hinein: Er bekommt eine relativ hohe Rechnung für etwas, das er **nicht einmal erkennen kann...**

Aus diesem Grund liegt es an uns, ihm das, **was er nicht sieht** bzw. wo er nicht weiß, welcher Aufwand dahinter steckt, **sichtbar** und vor allem **nachvollziehbar zu machen**. Die Erläuterung der Rechnung bietet uns diese seltene Möglichkeit, ihm sein Auto näher zu bringen.

Unter Umständen können sogar die **alten, ausgebauten Teile aufgehoben** werden und im Vergleich zu Neuteilen gezeigt werden. Wenn der Kunde sehen und sogar angreifen kann, was gemacht wurde, wird er auch verstehen, wie der Preis zustande kommt und diesen „gerne“ bezahlen.

Soweit allgemein zum Thema Rechnung.

Im ersten Modul dieses Bausteins wollen wir uns mit der **Rolle der Rechnungserklärung** befassen. Oft wird der Eindruck erweckt, als würden wir uns dabei **entschuldigen und rechtfertigen**, dass wir Geld für unsere Leistung verlangen. Aus diesem Grund haben wir den Titel „**Leistungserklärung oder Rechtfertigung**“ gewählt.



Dabei spielt vor allem die **innere Einstellung** des erklärenden Mitarbeiters eine große Rolle! – Steht er **selbstbewusst** hinter seiner Leistung oder hat er ein **schlechtes Gewissen**?

Dazu gibt es nämlich absolut **keinen Grund!**

Unsere Leistung ist von **hoher Qualität** und **erfüllt den Kundenwunsch** nach einem **fahrtüchtigen** und den gesetzlichen Anforderungen entsprechend **sicheren Fahrzeug**.

Warum also dann ein schlechtes Gewissen?

Wurde schlecht gearbeitet?

Ist Leistung nichts wert?

Wäre es mir selbst zu teuer?

Fehlt es an Selbstvertrauen?

Oder fehlt es an Bewusstsein, welcher Aufwand und welcher Einsatz, personell, materiell und finanziell dahinter steckt?

## Szene: Rechtfertigung



Wir wollen uns dazu nun gleich die erste Szene ansehen. Hier wird die Erklärung mehr zu einer Rechtfertigung für den verrechneten Preis. Keinesfalls wird hier die eigene Leistung verkauft oder verständlich gemacht.



## Eigene Notizen





Wie wird eine Erklärung zur Rechtfertigung?



Überlegen Sie nun, **wodurch sich hier die Verunsicherung des Mitarbeiters äußert?** Welche Gesten und Worte „verraten“, dass er nicht selbstbewusst hinter der Leistung des eigenen Betriebes steht?

Gehen Sie dabei über die eben gesehene Szene hinaus! Denken Sie **auch an andere Situationen**, wo Unsicherheit auftritt, z. B. bei einer Beschwerde, bei einer schwierigen oder unangenehmen Frage,...

*Bitten Sie hier zuerst Ihre Teilnehmer um Input, bevor Sie die Antwortvorschläge auf der Folie einblenden.*



*Wir haben einige Vorschläge, die Sie auch auf der Folie finden, vorbereitet:*

- Kein Blickkontakt
- Stottern, Unsicherheit
- Fokus auf kostenlose Arbeiten
- Nachträgliche Rabatte, Gutscheine,...
- „...aber dafür haben wir...“, „...leider mussten wir...“

**Bedenken Sie**, dass Kunden, die Verunsicherung beim Gegenüber bemerken, **anfangen immer mehr zu wollen!**



## Szene: Rechtfertigung - Analyse



Im Anschluss wollen wir uns noch die **Reaktion des Kunden** auf die eben gesehen Situation ansehen.



## Eigene Notizen





Die Ursache für Unverständnis des Kunden bei der Rechnung ist häufig auch **fehlende Kenntnis** des **Unterschiedes** zwischen **Mangel und Verschleiß** – der unter Umständen auch sehr schwer zu definieren und festzustellen ist. Im Zweifel kann dies nur ein **Sachverständiger** tun!

*Fragen Sie an dieser Stelle Ihre Mitarbeiter, ob ihnen der Unterschied bewusst ist.*

Zur Unterscheidung müssen **Fahrzeugtyp** und **Laufleistung** in Betracht gezogen werden. Grundsätzlich gelten jedoch folgende, vage formulierten Eigenschaften:

**Verschleiß:** Abnutzungserscheinungen, die bei einem Kfz des betreffenden Typs angesichts von Alter, Laufleistung und Einsatzbedingungen normalerweise üblich ist;

**Mangel:** „Abweichung von der vertragsgemäßen Beschaffenheit“; unvorhersehbare Abweichung von der Beschaffenheit

**Beispiel:** Bricht eine Bremscheibe nach zwölf Monaten, spricht das für einen Mangel. Ist dagegen eine Bremscheibe nach 20000 km abgenutzt, liegt normaler Verschleiß nahe.



Auch hier liegt es an uns, dem Kunden diesen **Unterschied zu verdeutlichen**.

Manche heben dazu die **ausgebauten Teile** auf, um zu veranschaulichen, warum ein Tausch bzw. eine Reparatur notwendig war.

Denken wir nur an **Beispiele** aus unserem Privatleben. Bei einem **Heizungs- oder Aufzugservice** ist es ganz normal, dass Verschleißteile ausgewechselt werden um den weiteren sicheren **Betrieb zu gewährleisten**. Warum sollte es bei einem Auto anders sein?

Im Fall eines **Mangels**, für den **Sie meistens nichts können**, lassen Sie den Kunden nicht mit seinem „Pech“ stehen sondern zeigen Sie **Interesse**, den Grund dafür zu finden um diesen in Zukunft zu vermeiden. Er muss spüren, dass Sie **um sein Bestes bemüht** sind.

Am einfachsten und vermutlich auch am wirkungsvollsten ist es, dem Kunden den **Fehler genau zu erklären**, ihn bei Erkennen darüber **zu informieren** und ihn über die **Vorteile** aufzuklären, die er nun mit dem neuen Bauteil hat.

DANKE



Wir sind nun mit dem inhaltlichen Teil dieses Moduls fertig.  
Danke für die Mitarbeit und wir dürfen uns schon auf die  
nächsten Module zu diesem Thema freuen.



Eigene Notizen

