

Presse-Information 3hm

Dramatische Abwanderung von Kunden im Autohaus. Kundenrückgewinnung zur Steigerung der Kundenbindung eine dringend notwendige Maßnahme.

Trotz Konsumkrise und anhaltendem Ausleseprozess vor allem unter den Vertragswerkstätten tun viele Autohäuser wenig, um ihre Kunden glücklich zu machen. Zu wenig, so die Marketing- und Strategieberatung 3hm aus Michelstadt. In einer Untersuchung hat das Unternehmen unzufriedene Kunden nach den Gründen für ihre Abwanderung befragt. Dabei haben sich unternehmens-, wettbewerbs- und kundenbezogene Ursachen herauskristallisiert.

Am häufigsten lagen die Fehler auf Seiten des Händlers selbst, etwa durch Unzufriedenheit mit dem Service oder den Mitarbeitern und einer zu geringen Aufmerksamkeit dem Kunden gegenüber. Aber auch schlechte Erreichbarkeit sowie Markenwechsel spielten eine Rolle beim Verlust von Kunden.

Frage man die Ex-Kunden, was sie zur Rückkehr veranlassen könnte, so standen laut 3hm kundenindividuelle Angebote, generell eine bessere Kundenorientierung und ein größeres Angebot an Service-Zusatzleistungen wie Hol- und Bringdienst im Vordergrund. Auf die Frage, was andere Autohäuser besser machen, gab mehr als ein Drittel der Befragten die Freundlichkeit und Zuverlässigkeit der Mitarbeiter an. Lediglich zehn Prozent bezogen sich auf das Preis-Leistungsverhältnis.

Für die Berater belegen die Ergebnisse ein großes Potenzial für gezielte Kundenrückgewinnung und langfristig besser Kundenbindung. Das erfordere allerdings eine konsequente Neuorientierung des Autohauses auf die Kundenbedürfnisse. Dabei gelte nicht zuletzt: zufriedene Mitarbeiter sorgen für zufriedene Kunden.

[10.11.2004 - wt] Quelle: werben & verkaufen