

Exzellenter Service automotiviert

Auch wenn die diesjährige IAA einige Bremsspuren im Sinne von weniger Besuchern hinterlassen hat, hat sie andererseits natürlich auch wieder Impulse gesetzt - für die Hersteller von Automobilen wie auch für deren Käufer. Und in Zeiten, in denen VW den Eintritt - pardon - die Einfahrt auf den chinesischen Markt mit einem eigens dafür konzipierten Budget Car plant, sind Parameter wie eben der Preis immer wieder entscheidend.

Parameter wie der Preis sind entscheidend

Das aber, so eine Studie des Marktforschungsinstituts forum!, sei nicht automatisch die beste Entscheidung. Zwar gäbe es zahlreiche Söldner-Kunden, die weder Loyalität noch emotionale Bindung zu den Herstellern ihrer Autos empfinden, doch auf der anderen Seite gibt es auch viele, die wirkliche Fans der jeweiligen Marke sind und eine tiefe Verbundenheit spüren und leben.

Und das relativ unabhängig vom Preis, sondern vielmehr geprägt durch herausragenden Service, der eben verbindet.

Wo also liegt die Herausforderung für die Automobilbranche? Roman Becker, geschäftsführender Gesellschafter bei Forum, benennt es mit einem bekannten Beispiel: Die Automobilhersteller müssen unbedingt vermeiden, denselben Fehler wie die nunmehr insolvente Baumarktkette Praktiker zu begehen und nur auf Billig setzen.

Qualität und exzellenter Service - Persönlich, per Mailing oder via Telefon

Stattdessen ließen sich sinkende Absatzzahlen sehr viel besser durch Qualität und exzellenten Service kontern. Schließlich sind es doch gerade Käufern von Neuwagen, mit denen sich die Hersteller an wichtigen Kontaktpunkten treffen - beispielsweise beim Neuwagenhändler oder in der Vertragswerkstatt, persönlich, per Mailing oder via Telefon.

Nur, wenn die Kunden hier durch herausragenden Service und Kompetenz überzeugt, gewonnen und gebunden werden, können sie sich zu wertvollen Fans und Markenbotschaftern entwickeln. Und das kann für Unternehmen einen entscheidenden Vorteil ausmachen.

Auch Bestandskunden beglücken

Was die Automobilhersteller der Forum-Studie zufolge ebenso falsch einschätzen, ist das Potential, das in den Bestandskunden steckt. Schließlich können ja auch aus ihnen wieder "Neukunden" werden. Spätestens dann nämlich, wenn das alte Auto durch ein neues ersetzt werden soll, kann es sich auszahlen, mit exzellentem Service gepunktet zu haben.

Qualitätsversprechen in jeglicher Hinsicht gehalten

Und: Bestandskunden können ebenso als Botschafter für Marken, Modelle und Betreuung durch den Kundenservice dienen. Wenn sie davon überzeugt sind, dass ein Hersteller sein Qualitätsversprechen in jeglicher Hinsicht gehalten hat und sich vor allem Neukunden gegenüber nicht vernachlässigt fühlen,

bieten sie als Sprachrohre viele Möglichkeiten, bisher schwer erreichbare Zielgruppen noch präziser ansprechen zu können.

Herausragender Service

Doch hier genau liegt auch die Gefahr, dieses Potential zu vergeuden bzw. einfach brachliegen zu lassen. Wenn nicht jeder Kundenkontakt dazu genutzt wird, den Kunden ein exklusives und exzellentes Serviceerlebnis zu vermitteln, wird es schwer, die eingangs genannten Söldner-Kunden zu loyalen Botschaftern und Fans zu machen.

Doch herausragenden Service kann man als Unternehmen nur dann bieten, wenn alle an einem Strang ziehen - also in erster Linie auch die Mitarbeiter/innen in allen Kundenkontaktbereichen. Sie müssen motiviert, engagiert und enthusiastisch auf ihre Kunden zugehen. Um dies zu erreichen, das scheint klar, müssen auch die Mitarbeiter/innen sich wohl fühlen und mit ihrem Arbeitgeber identifizieren.

Mit Service Excellence Identifikation und Fans schaffen

Tatsächlich geht es nicht nur für Automobilhersteller nicht nur darum, externe Kunden durch exzellenten Service zu überzeugen. Auch nach innen muss die Chemie stimmen. Und die beste Formel für optimalen Antrieb stellt zweifelsohne Service Excellence dar - als Ansatz, Ansporn und Antrieb.

In unseren Schulungen und Trainings zum Thema Service Excellence zeigen wir Ihnen, wie dieses unverzichtbare Qualitätsmanagementtool sich als Teil unseres ganzheitlichen Qualitätsmanagementcoachings harmonisch in Ihr Unternehmen implementieren lässt.

Praxiserprobte Übungen für Service Excellence - in jeder Abteilung und in der individuellen Wahrnehmung jedes und jeder einzelnen

Im Rahmen praxiserprobter Übungen, individueller Schulungen und begeisternder Workshops erfahren Sie, wie Sie **Service Excellence als konstante Komponente einführen - in jeder Abteilung und in der individuellen Wahrnehmung jedes und jeder einzelnen.**

Etablieren Sie Service Excellence als Ihre konstante und persönliche Qualitätsoffensive und sichern Sie sich damit einen innovativen Wettbewerbsvorteil. Durch Differenzierung im Auftreten und Service und durch wirkliche Kundennähe, die aus Kunden Fans und Botschafter macht. Für Ihr Unternehmen und Ihren Erfolg als Firma.

Wir sollten reden...

... wenn Sie sich in einem oder mehrerer Bereiche wiederfinden. Aber wir sollten auch reden, wenn Sie sich nicht sicher sind, ob wir Ihnen helfen können. Meist lässt sich durch ein Gespräch ganz einfach klären, wo Bedarf besteht und wo genau wir helfen können.

Wo erhalte ich weitere Informationen rund um die Themen Qualitätsmanagement, Leadership / Führung, Digitalisierung und Industrie 4.0?

Informationen zu den Themen **Führungskräfteentwicklung und Leadership** erhalten Sie hier:
<https://www.manager-plenum.de/> - <https://www.mallorca-kontor.de/> - <https://www.kraftwerk-kontor.de/>

Informationen zum Thema **Qualitätsmanagement im Automotive Umfeld** erhalten Sie hier:

<https://www.automotive-kontor.de/> - <https://www.iatf16949-kontor.de/>

Weitere Informationen zu den Themen **Qualitätsmanagement, Prozessoptimierung und ISO 9001**

erhalten Sie hier: <https://www.audit-kontor.de/> - <https://www.tqm-kontor.de/> - <https://www.qm-kontor.de/>

Weitere Informationen zu den Themen **FMEA, Risikomanagement, Risikoanalyse und QFD** erhalten

Sie hier: <https://www.qfd-kontor.de/> - <https://www.fmea-kontor.de/>

Weitere Informationen zu den Themen **Lean, Changemanagement / Veränderungskultur, KVP, 5S, Six Sigma** erhalten Sie hier:

<https://www.lean-kontor.de/> - <https://www.kaizen-kontor.de/> - <https://www.sixsigma-kontor.de/>

Weitere Informationen zu den Themen **APQP, Automotive Core Tools, Projektmanagement und**

Qualitätsvorausplanung erhalten Sie hier: <https://www.apqp-kontor.de/>

Weitere Informationen zu den Themen **Industrie 4.0, Digitalisierung, MES Lösungen und CAQ**

Software Einsatz erhalten Sie hier: <https://www.mes-kontor.de/> - <https://www.tech-kontor.de/> -

<https://www.industrie40-kontor.de/> - <https://www.caq-kontor.de/>

Weitere Informationen zu den Themen **Product-Lifecycle-Management / PLM, Enterprise Content Management / ECM, Customer Relationship Management / CRM und Dokumenten Management**

Systemen / DMS erhalten Sie hier: <https://www.crm-kontor.de/> - <https://www.plm-kontor.de/> -

<https://www.ecm-kontor.de/> - <https://www.dms-kontor.de/>

Informationen zu den Themen **Reklamationsmanagement / Beschwerdemanagement, Service**

Excellence und Kundenorientierung erhalten Sie hier: <https://www.servicequalitaet-kontor.de/> -

<https://www.8d-kontor.de/> - <https://www.lead-kontor.de/> - <https://www.salesforce-kontor.de/>

Informationen zu den Themen **Qualitätsmanagement, Lean, KVP und 5S im Pharma,**

Medizintechnik und Lebensmittel Umfeld erhalten Sie hier: <https://www.haccp-kontor.de/>-

<https://www.gmp-kontor.de/> - <https://www.fda-kontor.de/>

Wo erhalte ich weitere Informationen rund um die Themen von Seminar-Terminen, Inhalten und Veranstaltungsorten?

Alle Informationen zu unseren Trainings und Seminaren erhalten Sie auf unserem [Seminar- und Trainings-Portal Seminar Plenum](#)

Wo erhalte ich Antworten auf häufig gestellte Fragen?

Alle Fragen und Antworten zu häufig gestellten Fragen erhalten Sie hier in <https://www.kontor-gruppe.de/glossar.html>. Sie haben Fragen oder Anregungen? Wir freuen uns auf Ihr Feedback und die Gespräche mit Ihnen.