

blinklicht

ATR-Magazin für die Kraftfahrzeugbranche

Ausgabe 2/2013



Ohne fehlt doch was

**Mit Zubehör tun Werkstätten ihren Kunden
und ihrem Umsatz etwas Gutes**

Liqui Moly

1 Wo platziere ich die Produkte?

Einfach anzuwendende Schnelldreher wie die Kraftstoffadditive Liqui Moly Super Diesel Additiv und Liqui Moly Injection Reiniger sollten nahe der Verkaufstheke platziert werden, wo die Frequenz naturgemäß am höchsten und daher Impulskäufe am wahrscheinlichsten sind. Man kennt das von Süßigkeiten an der Supermarktkasse. Motorenöle auf der anderen Seite sind wegen der großen Sortenvielfalt besser im großen Regal aufgehoben.

2 Welche Produkte stelle ich aus?

Das sind zum einen Schnelldreher und zum anderen Aktionsware. Aus unserer Produktpalette haben sich Injection Reiniger, Super Diesel Additiv, Cera Tec sowie unsere Öle bewährt. Spezialprodukte wie Getriebeöl-Additive werden eher gezielt nachgefragt als spontan gekauft und eignen sich daher weniger für das Ladenregal.

3 Wie spreche ich den Kunden an?

Das hängt stark vom Kunden ab. Wichtig ist, dem Kunden den Vorteil klarzumachen, den er selber von der Anwendung des Produkts hat. Dafür ist eine gewisse Kenntnis der angebotenen Produkte notwendig. Hier kann die Werkstatt mit ihrem Fachpersonal gegenüber Baumärkten und Supermärkten punkten. Wir von Liqui Moly bieten Werkstätten regelmäßig Schulungen an.

4 Welches ist die richtige Zielgruppe?

Wir haben das richtige Motoröl für praktisch jedes Auto auf Deutschlands Straßen. Unsere Palette an Additiven ist so groß, dass sowohl für den sportlichen Fahrer wie für den Besitzer eines älteren Wagens etwas dabei ist. Wir haben sogar spezielle Classic-Öle für Oldtimer.

5 Wie kann ich vom Fahrzeug auf den Produktbedarf schließen?

Eine hilfreiche Grundregel lautet, sich am Fahrzeug des Kunden zu orientieren: Wer mit einem teuren Mercedes vorfährt, erwartet in der Regel, auch ein entsprechend hochwertiges Motoröl angeboten zu bekommen. Der Besitzer eines zehn Jahre alten Wagens möchte womöglich lieber ein preiswerteres Motoröl. Die Unterscheidung hört nicht beim Motoröl auf: Ein altes, nicht intensiv gepflegtes Auto profitiert von Reinigungsadditiven für Öl- und Kraftstoffkreislauf. Auch könnten Problemlöser wie Liqui Moly Verlust Stop und Liqui Moly Kühler Dichter sinnvoll sein. Bei einem gepflegten Auto empfehlen sich Verschleißschutzadditive wie Cera Tec. Bei einem sportlichen Fahrzeug kann man auch leistungsfördernde Additive wie Speed Tec anbieten.

6 Welche Verkaufstipps gibt es noch?

Ein Servicepaket für den Ölwechsel schnüren. Statt nur einen Ölwechsel zu machen, vorher den Ölkreislauf mit Motor Clean reinigen, damit das Motoröl in einen sauberen Motor kommt und seine maximale Leistung entfalten kann. Danach eine Dose Cera Tec zugeben, was vor Verschleiß schützt und durch die verringerte Reibung Motorgläusche reduziert und den Verbrauch verringert. Am Schluss dem Kunden noch einen Ein-Liter-Kanister Nachfüllöl anbieten, damit er stets das richtige Öl dabei hat.



Dr. O.K. Wack



1 Wo platziere ich die Produkte?

Idealerweise prominent auf der Theke oder als Zweitplatzierung. Für die Theken eignen sich Produkte im auffälligen Display. Für die Zweitplatzierung sind wertige Displays zu empfehlen. Dadurch wird Aufmerksamkeit erzeugt und Impulskäufer generiert.

2 Welche Produkte stelle ich aus?

Schnelldreher und Testsieger eignen sich hier am besten. Im Bereich Scheibenreinigung sind das CW1:100 Scheibenreiniger. Diese ist Umfragen zufolge die meistverkaufte Marke bei den Scheibenreiniger-Hochkonzentratoren im deutschen Fachhandel. Dann noch CW1:100 Insekten-Entferner Gel, Lack- und Felgenreiniger.

3 Wie spreche ich den Kunden an?

Die Kunden haben bei der Fahrzeugpflege mit vielen Problemen zu kämpfen. Der Verkaufsprofi sollte kurz auf aktuelle Probleme, die auch saisonbedingt auftauchen können, eingehen. So zum Beispiel Insekten oder auch Blend- und Schmierfilme auf der Scheibe im Sommer. Es ist wichtig, den Nutzen dem Kunden vor Augen zu führen.

4 Welches ist die richtige Zielgruppe?

Leidenschaftliche und sicherheitsbewusste Autofahrer, die nach einer Problemlösung suchen.

5 Wie kann ich vom Fahrzeug auf den Produktbedarf schließen?

Dazu einfach den Zustand des Fahrzeuges begutachten. Wie sieht der Lack aus? Ist er stark verwittert? Hat er Kratzer? Sind Insektenreste auf Frontscheibe oder Rückspiegelanhänger? Wie stark ist der Bremsabrieb auf den Felgen?

6 Welche Verkaufstipps gibt es noch?

Das Wichtigste ist, die Möglichkeit des Zubehörverkaufs bei jedem Kunden aktiv zu nutzen. In den Zusatzverkauf dürfen jedoch nur qualitativ hochwertige Produkte, da der Kunde sonst mit der Produktleistung nicht zufrieden sein wird. Das fällt dann wiederum auf die Werkstatt zurück. Wenn jedoch die Produktqualität den Kunden zufriedenstellt, wird er die Werkstatt als kompetent wahrnehmen. Das führt wiederum zum Nachkauf.