



S O L U T I O N S

66 SERVICEIDEEN, DIE KUNDEN BEGEISTERN



WOHLFUHL-
OASE STATT SERVICEWÜSTE

WORKSHOP SOLUTIONS



Serviceideen von Hella Gutmann Solutions

MIT 66 HILFREICHEN TIPPS

STARTEN SIE JETZT IHRE PERSÖNLICHE

SERVICE- REVOLUTION

MACH MIT.
MACHT SINN!

FREIE
WERKZEUGE
FÜR FREIE
WERKSTÄTTEN

ALLE MACHT
DER WERKSTATT

NIEDER
MIT DER
DIKTATUR DES
FEHLERCODES

Sie leisten in Ihrer Werkstatt jeden Tag erstklassige Arbeit und wollen, dass sich das auch auszahlt? Ihre Kunden sollen auch bei der nächsten Reparatur wieder Ihre Werkstatt aufsuchen und sie im besten Fall im Bekanntenkreis überzeugt weiterempfehlen? Dann machen Sie mit bei der Service-Revolution und handeln Sie wie ein echter Service-Hero! Denn in einem guten Rundum-service steckt nach wie vor ein ungenutztes Umsatzpotential.

Doch was wünschen sich Kunden von ihrer Werkstatt? Mit welchen kleinen, besonderen, kreativen und oft ganz einfach umzusetzenden Services können Sie Ihre Kunden begeistern, mächtig Eindruck schinden und sich vom Wettbewerb abheben? Die Service-Fibel in Ihren Händen verrät es Ihnen. Hier finden Sie wertvolle Ideen und Anregungen für echte Kundenbindung. Natürlich ist diese Liste nicht vollständig und viele Ideen haben Sie sicher schon längst in die Tat umgesetzt.

Aber schon mit ein paar neuen Serviceideen können Sie Einfluss darauf nehmen, wie Sie von Ihren Kunden wahrgenommen werden und was diese über Ihre Werkstatt erzählen.

Das ist auch, um es gleich vorwegzunehmen, der wertvollste Tipp, den wir Ihnen geben können: Sorgen Sie dafür, dass Ihre Kunden gut über Sie reden. Mit guter Arbeit und tollem Service werden Sie so im Handumdrehen zum Service-Hero. Damit machen Sie uns stolz, Ihre Kunden glücklich und Ihre Auftragsbücher voll. Und davon haben dann alle was.

DIGITALE UNTERSTÜTZUNG AUF DEM WEG ZUM SERVICE-HERO

KAPITEL 1

SERVICEHELPER DATENBANK

Zugegeben, eine Datenbank einzurichten ist nicht unbedingt sexy, aber auch kein Hexenwerk. Und einmal aufgesetzt, schafft sie die ideale Basis für vielfältige Servicemaßnahmen, die Kunden nur allzu gerne annehmen und die sich für die Werkstatt in barer Münze auszahlen.

- 1 -

Sind die Kundendaten erstmal in der Datenbank, kostet eine kurze **TÜV-Erinnerung** oder der Hinweis auf den Radwechsel praktisch nichts, bringt aber richtig viel. Im besten Fall werden Leerlaufzeiten gefüllt und Mehrumsatz durch zusätzliche Kundenanmeldungen gesichert.

- 2 -



Auch bei bereits vereinbarten Terminen kann ein **Termin-Reminder** nie schaden. Kunden fühlen sich dadurch bestens betreut und die Werkstatt verhindert Umsatzausfälle durch versäumte Termine.

- 3 -

Die meisten Menschen freuen sich, wenn man an sie denkt – ganz besonders am **Geburtstag**. Eine kleine Glückwunschkarte oder eine kurze E-Mail inklusive Verrechnungsgutschein zaubern ein Lächeln aufs Gesicht des Kunden und lösen mit etwas Glück auch eine Terminanmeldung aus. Wer wann Geburtstag hat, weiß die Datenbank und erinnert rechtzeitig daran.



Immer wieder kommt es vor, dass Fahrzeuge ihre **Besitzer wechseln**. Bei der Aufbereitung der Fahrzeugdaten kann es für Kunden eine große Hilfe sein, wenn sie diese fahrzeugspezifische Daten ganz einfach und schnell über die Werkstattdatenbank erfahren können. Gerade solche Services sind es, die Kunden dazu bringen, auch das nächste Fahrzeug wieder in die „liebgewonnene“ Werkstatt zu bringen.

WARUM ES KEINE
ZWEITE
CHANCE
FÜR DEN ERSTEN
EINDRUCK
GIBT

KAPITEL 2

WOHLFÜHLEN BEGINNT
AUF DEM HOF

Ein sauberer Hof ist der rote Teppich für Kunden.

Darum hier einige wertvolle Tipps
für einen erstklassigen ersten Eindruck.



Ein **sauberer Hof** ist das erste Aushängeschild einer ordentlichen Werkstatt. Wenn es aussieht, als würden demnächst Laubfrösche eine neue Kolonie gründen oder als würde die ortsansässige Jugend hier feuchtfröhliche Partys feiern, ist der gute erste Eindruck dahin. Darum gilt: Service-Heroes haben Besen und fegen jeden Zweifel mitsamt dem umherliegenden Müll ganz einfach weg.

- 6 -

Nicht immer bringen Kunden ihr Fahrzeug während der regulären Öffnungszeiten zur Werkstatt. Ein **Sicherheitsbriefkasten** gibt dem Kunden ein gutes Gefühl, wenn er seine Fahrzeugschlüssel samt Fahrzeugschein dort einwerfen kann.

- 7 -

Beschreibbare Papiertüten inklusive Stift am Sicherheitsbriefkasten ermöglichen es dem Kunden, spontane Reparatur- oder Kontrollwünsche inklusive des Kennzeichens auf der Tüte zu vermerken. Doppelt gut für die Werkstatt, denn so lassen sich Schlüssel, Fahrzeugpapiere und Fahrzeug direkt zuordnen, ohne alles erst mühsam sortieren zu müssen. Wichtig: für entsprechende Beleuchtung am Briefkasten sorgen.



Besucherlenkung ist das Stichwort. **Beschilderung** die Lösung. Weil gerade Neukunden gerne sehen möchten, wo es hingehet. Und damit gleich ersichtlich ist, ob die Werkstatt geöffnet hat, macht ein **Open-/Close-Schild** an der Tür unbedingt Sinn. Ein richtig schickes gibt's im Service-Hero-Shop von Hella Gutmann unter www.service-heroes.de

- 9 -

Wie der Hof, so die Werkstatt und der **Empfangsraum**: sauber und ordentlich. Wünschen sich die Kunden. Und sehen dabei garantiert mehr als man selbst, wetten?



- 10 -

Der **Prospektständer** ist gut gefüllt, sortiert und Eselsohren winken einen auch nicht an? Dann gleich weiter zum nächsten Servicewunsch der Kunden.



- 11 -

Ein **Namensschild** an der Brust der Mitarbeiter vereinfacht dem Kunden die Ansprache – und macht es auch gleich etwas persönlicher.

- 12 -

Einheitliche Kleidung ist kein waschechter Service, hat aber als vertrauensbildende Maßnahme für die Kunden den Weg in diese Liste gefunden. Es muss ja kein Komplettoutfit sein, und wenn der Chef selber schraubt, ist ein weißes Hemd sicher nicht die erste Wahl. Aber wie wär's mit Shirts in Firmenfarbe oder mit dem gleichen Overallmodell für alle?



Viva la **Toilette!** Eine gepflegte Toilette trägt ganz wesentlich zum Wohlfühlen der Kunden bei. Dazu gehören natürlich ausreichend Toilettenpapier und Handtücher. Zusätzliche Hygieneartikel wie Sandseife, Handcreme oder Deo erfreuen Kunden noch mehr.

**KLEINIGKEITEN, BEI DENEN
KUNDEN
GROSSE
AUGEN
MACHEN**

KAPITEL 3

HERZLICH WILLKOMMEN

Das erste „Willkommen“, der erste Kontakt wirkt in jedem Fall.

Ohne Ausnahme. Sich hier also als Service-Hero zu zeigen,

zahlt sich aus. Und kann so einfach sein...



Hätten die Kunden nur einen Servicewunsch frei, hätten freundliche, lächelnde Menschen die besten Chancen auf den Spitzenplatz. Wahrgenommen werden, begrüßt werden, **ein Lächeln** erhalten ... das ist der Stoff, aus dem Kundenträume sind. Das Beste ist: Zur Erfüllung dieses Wunsches müssen Sie keinen Cent ausgeben.

- 15 -

Ein Service, von dem die Werkstatt ebenso profitiert wie der Kunde, ist ein **Schirmständer** am Ein- bzw. Ausgang. Der Kunde kann seinen Schirm direkt beim Betreten der Werkstatt dort parken und zieht so auch keine tropfnasse Spur durch die ganze Werkstatt.



- 16 -

Ein kleiner Strauß **frischer Blumen** auf dem Tresen oder im Wartebereich der Kunden kostet nicht viel, bringt aber eine Menge Wohlfühlatmosphäre. Ein echter Service für das gute Gefühl.

- 17 -



Winter ist Erkältungszeit. Mit einer kleinen **Erkältungsstation** auf der Theke lässt sich gezielt auf die Bedürfnisse der Kunden eingehen: Papiertaschentücher für Schnupfnasen, Hustenbonbons für den rauen Hals oder Vitamin C für die schnelle Genesung. Ein kleiner Aufwand, der große Wirkung zeigt und echte Begeisterung auslöst.

– 18 –

Im Frühling wird die Erkältungsstation einfach neu bestückt: mit Augentropfen und Eukalyptusöl neben den Papiertaschentüchern – und fertig ist die fürsorgliche kleine **Allergikerstation**.

– 19 –

Und im Sommer? Da sorgt die **Sommerstation** mit Sonnencreme, Erfrischungstüchern und Gletscherbonbons für einen kühlen Kopf und ein strahlendes Lächeln.

– 20 –

Strömender Regen und der Kunde hat keinen eigenen Schirm dabei, möchte aber gerne trockenen Fußes sein Fahrzeug erreichen? Kein Problem. Für solche Fälle halten vorausschauende Werkstätten **Regenschirme** bereit und begleiten den Kunden regengeschützt zum Fahrzeug. Gelagert wird der Schirm ganz einfach im Regenschirmständer aus Tipp 15. Bei der Wahl des richtigen Schirms hilft ein Blick in den Service-Hero-Shop unter www.service-heroes.de



Auftrag besprochen, Schlüssel und Papiere abgegeben ... und was macht Ihr Kunde jetzt? Wenn er nebenan wohnt oder arbeitet – kein Problem. Und wenn Ihre Werkstatt direkt neben einer öffentlichen Nahverkehrshaltestelle liegt, auch kein Problem. In allen anderen Fällen gilt: Hilfestellung anbieten. Vom **Taxiruf** über einen **Shuttleservice** bis zum Tauschfahrzeug findet sich alles auf der Kunden-Wunschliste.

SO WIRD DAS WARTEN ZUR WELLNESS

KAPITEL 4

WENN'S MAL ETWAS LÄNGER DAUERT

Sehen Sie Ihre wartenden Kunden als Gäste und machen Sie ihnen den Aufenthalt so angenehm wie möglich. Aus Freundlichkeit – oder reinem Eigennutz:

Ein Kunde, dessen Wartezeit angenehm und ablenkend ist, kommt deutlich später auf die Idee, dass es jetzt aber wirklich mal...

Sparen Sie sich genervte Mienen und ungeduldiges Nachfragen und stecken Sie diese Zeit lieber im Vorfeld in einen erfreulichen Wartebereich.

Sie werden sehen, es lohnt sich!



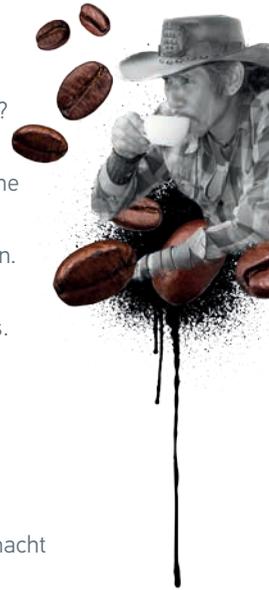
Der Standard für wartende Kunden: ein **Wasser** mit oder ohne Kohlensäure, serviert in einem schönen Glas. Ganz wichtig: regelmäßig checken, ob noch ausreichend Wasser und frische Gläser bereit stehen.

– 23 –

Ein erfrischendes Wasser ist toll. Ein leckerer Saft oder eine Limonade schinden richtig Eindruck. Keine Frage – Kunden freuen sich über jedes „**Mehr-als-Wasser**“.

– 24 –

Morgenstund hat Kaffee im Mund. Oder hieß das anders? Egal: Ein Kaffee darf es immer sein. Und hier rüsten viele Werkstätten inzwischen auf: von der Filtermaschine auf eine Espressomaschine oder einen Kaffee-Vollautomaten, der auch Cappuccino & Co. zubereitet. **Richtig guten Kaffee** eben. Dazu sauberes Geschirr, Zucker, Süßstoff und vielleicht sogar einen Keks. Ideen genug für echte Service-Heroes.



– 25 –

Mit einer kleinen, feinen **Teebeutelauswahl** und Heißwasser macht man auch Nicht-Kaffee-Trinker zu echten Fans.



26



Liebe geht nun mal durch den Magen! Klar, dass immer mehr Werkstätten kleine Naschereien für ihre Kunden bereithalten. Gummibärchen, Lollis, frisches Obst oder sonstige **Leckereien**. Echte Service-Heroes finden im Service-Heroes-Shop einen coolen Jelly-Beans-Spender, gefüllt mit leckeren grünen und weißen Hella-Gutmann-Jelly-Beans.

- 27 -

Brütende Sommerhitze? Hier kommt eine Abkühlung genau richtig. Ausgefuchste Werkstätten reichen ihren Kunden zur Rechnung ein **erfrischendes Tuch**, das sie vorher im Kühlschrank heruntergekühlt haben.

- 28 -

Auch die Sitzgelegenheiten im Wartebereich lassen sich upgraden. Schöner, bequemer, in Firmenfarbe, ... Oder gar mit einem **behaglichen Sessel**. Vielleicht ja sogar mit Massagefunktion.



- 29 -

Einen im wahrsten Sinne des Wortes elektrisierenden Service bieten Werkstätten mit einer **Multi-Ladestation**. Es braucht nur eine Steckdose, eine Steckdosenleiste und ein paar gängige Ladekabel für die wichtigsten Smartphone-Marken. Fertig ist die Ladestation für geduldig wartende Kunden.

- 30 -

Dazu würde auch ein kundenfreundlicher **Kopfhörerservice** passen: Der Kunde hat zwar seine Lieblingsmusik auf dem Smartphone dabei, aber leider keine Kopfhörer parat, um sich mit ein wenig Musik die Wartezeit zu verkürzen. Wie schön wäre es jetzt, wenn im Wartebereich Kopfhörer zum Ausleihen bereitlägen (und gleich daneben ein paar Sagrotan-Tücher zur Desinfektion)!

- 31 -

Für alle, die kein Smartphone haben, kann ein MP3-Player mit Wiedergabelisten verschiedenster Musikstile bereitliegen. Auch wenn ein solcher **Musikservice** vielleicht nicht oft genutzt wird – die Geste wird bemerkt.



Um den Wartebereich-Media-Service mit Lademöglichkeit, Kopfhörern und MP3-Player zu perfektionieren, würde sich noch ein **Gamecenter** anbieten: mit einem Tablet, auf dem ein paar einfache Games wie Tetris, Angry Birds & Co. aufgespielt sind. Da vergeht die Wartezeit wie im Flug – und zwar für Erwachsene ebenso wie für begleitende Kinder.

- 33 -

Solospiele wie Tangram, Patiencekarten oder ein kleines Puzzle können helfen, dem Kunden auf angenehme Weise die Wartezeit zu verkürzen.



- 34 -

Bleiben wir klassisch: bei **Zeitungen und Zeitschriften**. Viele Kunden wünschen sich eine aktuelle regionale Tageszeitung. Aber auch Sonntags- und Wochenzeitungen können eine gute, kostengünstige Wahl sein, da sie ruhig etwas länger liegen bleiben können. So wie die meisten Zeitschriften: Auch hier ist es völlig o.k., wenn es die Ausgabe vom letzten Monat ist. Hauptsache, es gibt eine kleine Auswahl verschiedener Magazine, die nicht nur Auto-Enthusiasten anspricht.

- 35 -

Brillenträger unter den Werkstattkunden freuen sich sicher über eine kleine Schale mit **Brillenputztüchern** bei den ausliegenden Zeitschriften.

- 36 -

Ein **Kundenwunsch-Buch** ist ein schönes Dialogangebot für die Kunden, die anonym Wünsche, Anregungen oder auch Verbesserungsvorschläge hineinschreiben möchten. Im besten Fall sind das dann Hinweise für zukünftige Service-Heldentaten.



WEIL
KUNDEN
NICHT NUR
KUNDEN SIND

KAPITEL 5

INDIVIDUELLES FÜR INDIVIDUEN

– 37 –

Für Kunden, die Eltern sind

Viele der bislang genannten Services sind schon sehr hilfreich für Eltern mit etwas älteren Kindern – Stichworte Limonade, Jelly-Beans, Spiele. Aber auch für die Aller kleinsten gibt es schöne Serviceideen: eine Wickelmöglichkeit im Toilettenbereich. Eine **Kinderecke** mit Spielzeug. Ein Malbuch mit Stiften. Oder gar ein kleines Werbegeschenk?

– 38 –

Für Kunden, die Raucher sind

Ein Aschenbecher vor der Tür reicht? Nicht für Service-Heroes: Die denken an die Nichtraucher, indem sie die **Raucherecke** etwas entfernt von der Tür positionieren. Und an die Raucher, denen sie außer dem Aschenbecher noch eine Bank oder einen Stehtisch spendieren – gerne an einer Stelle, die auch bei Regen genutzt werden kann.



Rund um den Hund

Hundebesitzer sind so einfach glücklich zu machen: ein Wassernapf mit frischem Wasser, eine Decke auf dem kalten Boden, eine Möglichkeit, den **Hund** kurz anzubinden. Und das alles womöglich gekrönt von einem Begrüßungsleckerli. So fühlen sich Hundebesitzer herzlich willkommen – mitsamt ihren treuen Begleitern.

DIE SACHE MIT DEM GELD

KAPITEL 6

FERTIG!

Jetzt ist es so weit: Das Fahrzeug ist fertig, der Kunde kann es abholen – und bekommt die Rechnung überreicht.

Auch hier bieten sich viele gute Gelegenheiten, sich als echter Service-Hero zu präsentieren ...

- 40 -

Waschechte Service-Heroes erklären die **Rechnung**. Warum der Zeitaufwand, weshalb ein bestimmtes Material benötigt wurde oder nicht ganz eindeutige Positionen auf der Rechnung. Das Gute an diesem Mehraufwand? Die Möglichkeit, ausgiebig Vertrauen aufzubauen und echte Kundenbindung zu betreiben.



- 41 -

Bilder sagen mehr als Worte. Daher kann eine **Fotodokumentation** der Arbeitsschritte hilfreich sein. Nicht nur dann, wenn eine Versicherung es verlangt.



Weniger aufwändig, aber überraschend oft gewünscht von den Kunden: ein schlichter **Umschlag für die Rechnung**. Minimaler Aufwand, geschätzte Geste. Die mit der nächsten Serviceidee gleich noch ausgebaut werden könnte.

- 43 -

Ein **Minitäfelchen Schokolade** oder eine andere Aufmerksamkeit im Umschlag versüßt dem Kunden die Rechnung. Ein netter Spruch und ein Lächeln dazu – fertig ist ein charmanter kleiner Dienst am Kunden.

- 44 -

Die Sache mit dem Stift. So häufig, wie der Wunsch nach einem fest installierten, sofort greifbaren Stift genannt wurde, scheint es Bedarf zu geben. Dabei gibt es diese **Kugelschreiberständer** in jedem Büroartikel-Shop. Also einfach platzieren ... und am besten mit der nächsten Serviceidee kombinieren.



Das zweite wichtige Hilfsmittel für Unterschriften & Co. ist eine **Lesebrille**. Und genau diese ist meist nicht zur Hand, wenn sie gebraucht wird. Hier kann mit ein paar günstigen Lesebrillen in unterschiedlichen Durchschnittsstärken ganz einfach Abhilfe geschaffen werden.

- 46 -

Für die Versicherung, für die eigenen Unterlagen oder für was auch immer – manche Kunden benötigen eine **Rechnungskopie**. Echte Service-Heroes fragen aktiv nach.

AUTO UND BESITZER WIEDER VEREINT

KAPITEL 7

DAS GROSSE WIEDERSEHEN!

Wartung, Reparatur oder Check ist erledigt, mit Sorgfalt und in gewohnter Qualität. Und im besten Fall ergänzt mit ein paar Service-Hero-Heldentaten, mit denen die Kunden positiv überrascht werden.

- 47 -

Nachdem alles Finanzielle geklärt ist, steht dem Gang zum Fahrzeug nichts mehr im Weg. Wer den Kunden hier noch ein paar Schritte begleitet, vielleicht sogar **bis zum Wagen**, der ist auf dem besten Weg, Lieblingswerkstatt zu werden.



Sicher nicht für jeden und nicht für alle Tage, aber etwas, über das die Kunden garantiert sprechen: ein Stück Teppich oder Vorleger, rot, vor der Autotür platziert. Vielleicht ergänzt mit einer Bemerkung zum Thema **roter Teppich**. Wertschätzung für den Kunden mal ganz anders ausgedrückt.

- 49 -

Werkstätten, die die Möglichkeit dazu haben, parken Kundenfahrzeuge auf einem **geschützten Parkplatz**. Schattig, trocken und schneefrei.



Wenn das Kundenfahrzeug schon in der Sonne stehen muss, dann sorgt eine **Sonnenschutzblende** zumindest für ein erträgliches Maß an Hitzeentwicklung im Fahrzeug. Schicke und günstige Sonnenschutzblenden gibt's im Service-Hero-Shop unter www.service-heroes.de

- 51 -

Genial einfach und einfach genial: Kundenfahrzeug **in Fahrtrichtung parken**. Gerade bei beengten Verhältnissen ein super Service. Zumal damit auch gleich der eine oder andere Rangier-Rempler verhindert werden kann.

– 52 –

Service oder Reparatur an einem Raucherfahrzeug?
Einfach den **Aschenbecher leeren** und kurz nass auswischen.
Dauert Sekunden und freut den Kunden.

– 53 –

Schlieren an der Innenseite der **Frontscheibe?**
Mit einem Wisch ist alles weg und der Kunde hat
klare Sicht auf seine Lieblingswerkstatt.

– 54 –

Ein **Duftbaum** aus dem Service-Hero-Shop am Rückspiegel
kann eine nette kleine Geste sein. Einige Werkstätten machen aus
dieser Idee inzwischen eine richtige Werbeaktion, mit monatlich
wechselnden Aufmerksamkeiten passend zur Jahreszeit und zu
Feiertagen, zur Fußball-WM, zum regionalen Großevent und
zu vielen Anlässen mehr. Wichtig nur: Duftbäume bitte nur anhängen,
aber nicht auspacken. Der eine oder andere Kunde steht gar nicht
auf diese Form der Innenraumparfümierung.

– 55 –

Bonbons, Pfefferminz & Co. – ein kleines **Präsent auf dem
Beifahrersitz**, versehen mit einer Botschaft wie „Gute Fahrt und
Danke für Ihr Vertrauen“, bestätigt die Werkstattwahl des
Kunden direkt beim Einsteigen ins Fahrzeug.

– 56 –

Ein oft genannter Kundenwunsch ist ein ganz verständlicher:
dass die **Einstellungen** beim Abholen so sind wie beim Abgeben.
Auch wenn es der Zweimeterkollege war, der die kurze
Probefahrt gemacht hat.

– 57 –

Großen Eindruck macht auch ein kostenloses Extra für den
Kunden, auf das ein kleiner Zettel, zum Beispiel am Lenkrad, dann
hinweist. Das Wischwasser wurde nachgefüllt? Der Reifendruck
geprüft? Oder gar die Innenscheiben gewischt? Die Möglichkeiten
sind so vielfältig, dass wir ihnen sogar ein eigenes Kapitel gewidmet
haben. Ab der nächsten Seite...



WAS KLEINE
EXTRA-
SERVICES
BEWIRKEN KÖNNEN,
WENN ES UM
KUNDEN-
TREUE
GEHT

KAPITEL 8

SERVICE DES MONATS

So manche Werkstatt umwirbt ihre Kunden inzwischen mit kleinen Aktionen wie dem „Service des Monats“. Und wenn der Kunde diesen Zusatzservice erst einmal kennengelernt hat, will er ihn vielleicht auch beim nächsten Mal haben. Dann gegen Entgelt – und schon wird aus einer schönen Serviceidee eine echte Win-win-Situation.

– 58 –

Vielleicht nicht gerade nach dem Reifenwechsel, aber nach einer größeren Reparatur freut sich sicherlich jeder Kunde über ein frisch **gewaschenes Auto**.



– 59 –

Weil es auch immer auf die inneren Werte ankommt, macht man als Werkstatt mit einer **Gratis-Innenraumreinigung** garantiert nichts falsch. Ganz im Gegenteil. Mit solch einem Service kann man sich als Werkstatt richtig viele Freunde machen.

– 60 –

Oft sind es die kleinen Dinge, die große Wirkung erzeugen. Ein kurzer Blick auf Kindersitz oder Hundebox genügt dem Profi, um zu erkennen, ob die **Haltesysteme** richtig installiert sind, wie es sein soll. Falls nicht – kurz richten und dem Kunden Bescheid geben. Das Dankeschön ist der Werkstatt sicher.

– 61 –

Ein Tuch, ein wenig Desinfektionsmittel – und mit einem Wisch ist das **Lenkrad desinfiziert**. Macht keinen Aufwand und ist ein kleiner, feiner Hygienesdienst für den Kunden.



Dauerkollisionen mit Mücken hinterlassen unschöne und störende Flecken auf Frontscheibe und Scheinwerfern. Echte Service-Heroes greifen beherzt zum **Mückenschwamm** und befreien das Kundenfahrzeug von diesen Überbleibseln.

– 63 –

Es gibt sie, die Vignettensammler, die voller Stolz die Berechtigungs-
marken auf der Scheibe tragen. Aber es gibt auch die Kunden,
die diese liebend gerne entfernt hätten. Einfach kurz nachfragen und
auf Wunsch die alten **Vignetten entfernen**.

– 64 –

Nach dem Service und vor der Fahrzeugübergabe noch einmal
schnell das **Armaturenbrett abzustauben** hinterlässt einen
guten Eindruck und verdeutlicht die Aufmerksamkeit, die man
dem Kunden entgegenbringt.

– 65 –

Kostet eigentlich Geld, lässt sich im Rahmen des
„Service des Monats“ aber auch mal als kleine Zuwendung dem
Kunden spendieren: das **Auffüllen des Kühlwassers**.



- Ein kurzer **Verbandskasten-Check** stellt sicher, dass der Kunde im Fall der Fälle über steriles Verbandsmaterial verfügt.
- Zudem verhindert der Hinweis auf einen abgelaufenen Verbandskasten bei einer Verkehrskontrolle empfindliche Strafen.



Wir sagen Danke – der Kunde sagt Danke.

HELLA GUTMANN SOLUTIONS GMBH

Am Krebsbach 2

79241 Ihringen

Tel.: +49 (0) 7668-99 00-886

E-Mail: info@hella-gutmann.com

www.hella-gutmann.com

