

Premium Service ?

Will man in der heutigen Zeit als Motorist überleben, reicht das „Weiter so, wie bisher“ nicht aus, damit lässt sich kein Blumentopf gewinnen. Speziell für Anfänger und kleinere Motoristenbetriebe könnte der „Premium Service“ zum Erfolg führen, der hier zur Diskussion gestellt wird. Das Ziel ist der Aufbau eines exklusiven Kreises von Privatkunden mit stabiler, enger Kundenbindung.

Voraussetzungen

Der Chef, ein erfahrener Mechaniker, der sich am Markt auskennt, ist bereit und Willens in der Woche 70-80 Stunden zu arbeiten. Der Betrieb hat eine eigene Werkstatt, ein kleines, gut sortiertes Ersatzteillager, einen Verkaufsraum mit wenigen aber hochwertigen Maschinen, die den regionalen Bedingungen angepasst sind. Ein individuell gestalteter Internetauftritt wird regelmäßig gepflegt, Zeitungswerbung in der regionalen Presse mit eigenen Motiven geschaltet.

Der Kunde entscheidet

Im Internetauftritt und in der Zeitungswerbung werden Service-Angebote offeriert, die kein Baumarkt und schon gar nicht der Online-Händler anbieten kann. Der Kunde hat die Wahl und entscheidet je nach Geldbeutel. Nehmen wir als Beispiel den Rasenmäher. Der Kunde will unterschiedliche Rasenflächen seines Grundstücks pflegen. Neben einer Zierfläche, einer Bolzwiese für seine Kinder besitzt er einen Obstgarten. Unter diesen Bedingungen kann ein Roboter-Mäher sicher nicht die optimale Lösung sein. Auf der Suche nach dem geeigneten Gerät findet er nun dieses Angebot:

Premium Service 1.0

fachkundige Beratung vor Ort, Besichtigung der Rasenflächen, Empfehlung der Pflegeabstände und des Pflegegrads, Empfehlung der optimalen Maschine, Vereinbarung einer Vorführung mit diesem Gerät.

Premium Service 2.0

Der Kunde folgt der Empfehlung und kauft das Gerät. Es wird ein Wartungsvertrag für dieses Gerät abgeschlossen. Im Wartungsvertrag ist die regelmäßige Pflege vereinbart, enthalten sind Abholung und Lieferung im Schadensfall, lediglich Verbrauchsmaterial und Ersatzteile werden zusätzlich berechnet.

Premium Service 3.0

es wird die regelmäßige Pflege der Rasenflächen nach den bereits festgelegten Kriterien des gewünschten Pflegegrads durch den Motoristenbetrieb mit der bei ihm gekauften und auch gewarteten Maschine vereinbart.

Es bietet sich natürlich an, weitergehende Arbeiten durchzuführen, sei es die Pflege der Hecken oder das Vertikutieren und auch hier das eben dargestellte Prozedere anzubieten. Vermutlich wird in einem solchen Fall auch der Einbau einer Beregungsanlage ins Gespräch gebracht werden können. Man erhält unendlich viele Anknüpfungspunkte für neue, zusätzliche Aufträge.

Durch die Besichtigung am Anfang kann man alle Möglichkeiten ausloten: wie viel der Kunde investieren (und bezahlen) würde, welche Arbeiten noch anfallen könnten, welche Geräte von Nutzen wären, ob es sinnvoll ist, ein Mietgerät aus dem eigenen Mietgeräte-Park vorzuschlagen.

Was bringt das ?

Da jeder Kunde seine speziellen Wünsche verwirklichen kann und soll, ist eine Kalkulation schwierig, aber nicht unmöglich. Wahrscheinlich wird am Anfang eher zu wenig als zuviel verdient werden können, aber das ist dann Lehrgeld. Wenn der Kunde mit der erbrachten Leistung zufrieden ist, wird sich das garantiert schnell herumsprechen und die erreichte Kundenbindung ist optimal. Nach anfänglichem Stochern im Nebel, werden sich bald die tatsächlichen Kosten erkennen lassen und dann eine vernünftige Rendite durch eine rentable Kalkulation erwirtschaftet. Das geht nicht von heute auf morgen. Wenn man aber bedenkt, dass ein neues Geschäft meist erst nach etwa 10 Jahren von „alleine läuft“, dann ist der Weg dahin mit einem Premium Service eine Möglichkeit diese Zeit abzukürzen oder bei einem bereits etablierten Betrieb eine gewinnträchtige, neue Abteilung zu gründen.

H.J.Schmidt, Ing.

