

Tag der Schweizer Garagisten

Das Schweizer Garagengewerbe

Viele Pioniere

Viele kleine Händler und Garagisten

Auto & Leidenschaft: nostalgische Romantik?



Sind Sie zukunftsfähig?





Kunden, die bleiben: Das ist der Unterschied zwischen Kundenzufriedenheit und Kundenloyalität



© shutterstock

f t x in

15. Oktober 2018

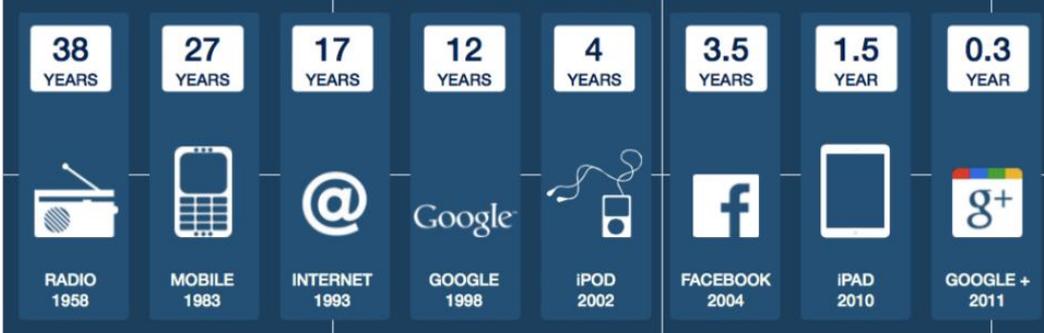
Dieser Beitrag stammt von:

Was sind die Kriterien für wirkliche Kundenloyalität? Und wie messe ich, ob meine Kunden die neuen Spielregeln der Kundenbindung akzeptieren?

In der Kundenbindung sind viele Initiativen, mit denen Unternehmen punkten können, stellen sich als Marketingmaßnahmen dar, die nicht zu wirklicher Kundenloyalität führen. In der Kundenbindung sind viele Initiativen, mit denen Unternehmen punkten können, stellen sich als Marketingmaßnahmen dar, die nicht zu wirklicher Kundenloyalität führen.



LEAD TIME BEFORE REACHING 50M ACTIVE USERS



Uber → The world's largest taxi company, owns no vehicles.

← **Facebook** The world's most popular media owner, creates no content.

Alibaba → The most valuable retailer, has no inventory.

← **Airbnb** The world's largest accommodation provider, owns no real estate.

Something interesting is happening.
TOM GOODWIN



Digitalisierung

Gesetzgebung

CO₂

Elektromobilität

Assistenzsysteme

Autonomes Fahren

Abomodelle

Neue Finanzierungsformen

Neue Mobilitätsformen

Kaufen ist out

17. November 2017 11:54; Akt: 17.11.2017 11:56

Jetzt kommt das Flatrate-Abo für Autos

Porsche, Audi und Volvo testen die Monatsgebühr für Autofahrer. Dabei können die Kunden die Modelle wechseln.

Volkswagen to restructure its dealer network from 2020

18/10/2018 in **Manufacturer**

WIRTSCHAFT

VW verkauft Autos künftig vor allem online

LESEDAUER: 5 M



**Macht euch
unentbehrlich für
die Automarke!**

Hersteller erwarten

→ Marktausschöpfung

→ Operative Exzellenz

→ Kundenfokus

Importeure erwarten

- Investitionsbereitschaft**
- Performance**
- Ziele mittragen**
- Dynamik und Flexibilität**
- Operative Exzellenz**
- Kundenfokus**
- Respekt**

Garagisten erwarten

→ **Gewinnchancen**

→ **Produkte**

→ **Konzepte**

→ **Stabilität**

→ **Zukunftsperspektive**

→ **Respekt**

Kunden erwarten

→ Gute Beratung

→ Faire Preise

→ Respekt

→ Eine Topleistung

Stimmt das aus Kundensicht nicht...

Konsumenten sind weniger bereit, ein Preispremium zu bezahlen, wenn sie einem Anbieter nicht vertrauen.

Kunden bleiben nicht bei einem Anbieter, wenn sie diesem nicht vertrauen.

Mehrwert schaffen



In harten Zahlen: Was kostet ein Kilo Kaffee?

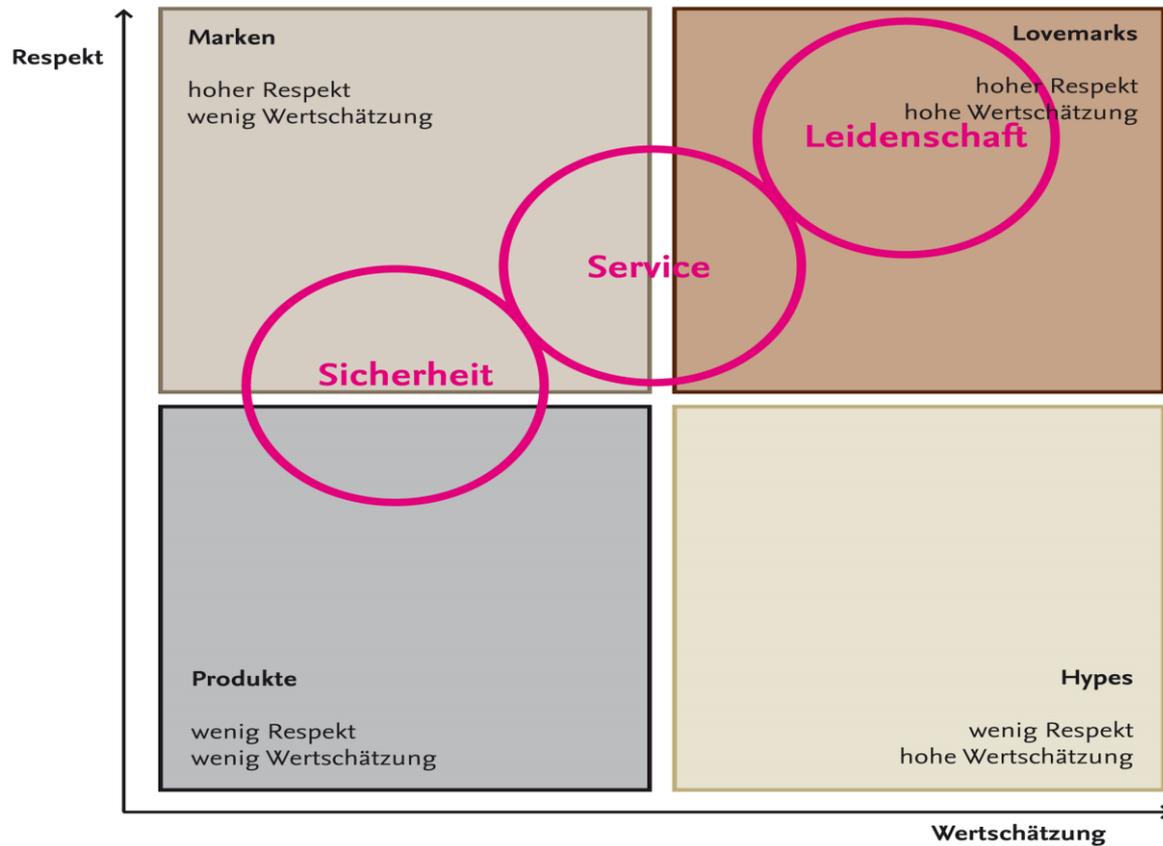


M-Budget Kaffee
500 g = CHF 2.45
1 kg = CHF 4.90

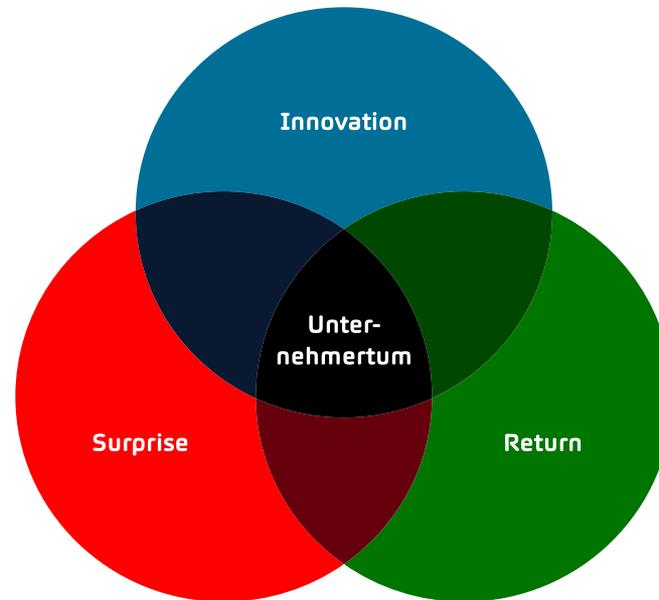


Nespresso-Kapseln
(über Website)
5 g = CHF 0.47
1 kg = CHF 94.00

Produkt-Wertschätzung



Dienstleistungsbereitschaft ist kein „nur Lernenden“ Thema, alle Mitarbeitende müssen mitgenommen werden



AMAG Group AG

SURPRISE

Was überrascht positiv?

- Kundenorientierung
- Begeisterung
- Loyalität stärken
- Weiterempfehlungsrate steigern
- Positive Überraschung sämtlicher Zielgruppen
- Respekt
- Kompetenz

INNOVATION

Was ist fortschrittlich?

- Mut für Neues
- Geistige Flexibilität
- Veränderungsbereitschaft
- Neue Ideen zulassen
- Neue Technologien nutzen
- New Mobility fördern
- Kooperationen nutzen
- Treiber im Markt sein

RETURN

Was lohnt sich?

- Leistungsorientierung
- Qualität
- Gewinnorientierung
- Kostenbewusstsein
- Effizienzsteigerungen
- Unnützes abbauen
- Synergien nutzen
- Zusammenarbeit stärken
- Nachhaltigkeit
- Umweltbewusstsein

WE MOVE

Gemeinsam bewegen wir die AMAG vorwärts.
Gemeinsam berühren und überraschen wir unsere Kunden.
Gemeinsam schaffen wir Loyalität. Und Loyalität führt zu Profit.

Was zeichnet einen AMAG-Lernenden aus?

Die AMAG Lernenden...

- ...können sich in der Komplexität eines grossen Konzerns bewegen.
 - Sie verfügen damit also über ein Assimilations- und Antizipierungsvermögen.
- ...erhalten die Möglichkeit und lernen, mit digitalen Neuerungen im Alltag umzugehen.
 - Sie spüren den Puls der Veränderung in der Autobranche direkt.
- ...arbeiten ab dem 3. Lehrjahr produktiv.
 - Sie lernen so dienstleistungsorientiert und effizient zu denken.

⇒ Lernende sorgen dafür, dass sich die DNA des Unternehmens ständig weiterentwickelt und verjüngt.

Digitalisierung in der Ausbildung

- An allen drei Lernorten sind die Auswirkungen der Digitalisierung erkenn- und erlebbar:
 - Elektronische Hilfsmittel an Berufsschulen,
 - Digitale Lehrmittel in den überbetrieblichen Kursen
 - Arbeiten* mit dem Computer in allen Ausbildungsberufen
- Die alltägliche und umfassende Einsatz moderner Kommunikationsmittel fördert verschiedene Eigenschaften und Fähigkeiten der jungen Menschen:
 - Die Vernetzung unter den Lernenden untereinander ist viel intensiver geworden.
 - Die Problemlösungsorientierung verändert sich mit den Hilfsmitteln:
 - Das kritische Denken wird gefördert.
 - Kollaboratives Arbeiten erhält einen höheren Stellenwert.
 - Der Kunde kommt schon informiert, technisches Wissen ist also keine Differenzierung mehr.
 - Das Lernverhalten verändert sich (z.B. Youtube-Videos, Lern-Nuggets).

* Ob beim Automobil-Mechatroniker, beim Spengler oder beim Logistiker: Digitale Instrumente haben in jedem Fachgebiet Einzug gehalten.

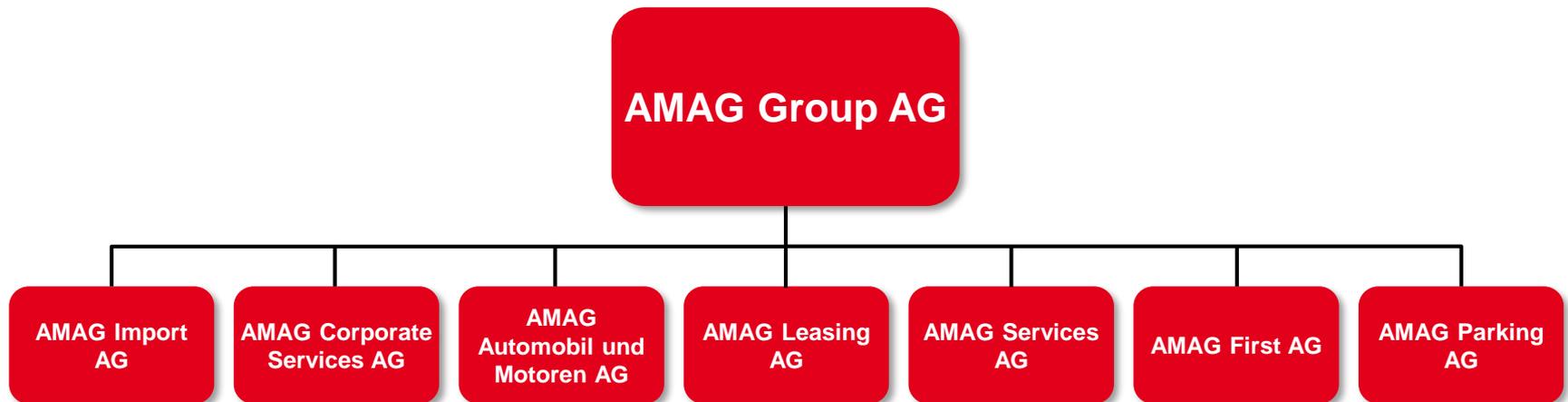
amag

→ **Strategie**

→ **100% Fokus / 100% Commitment**

→ **Erfolgreich unterwegs**

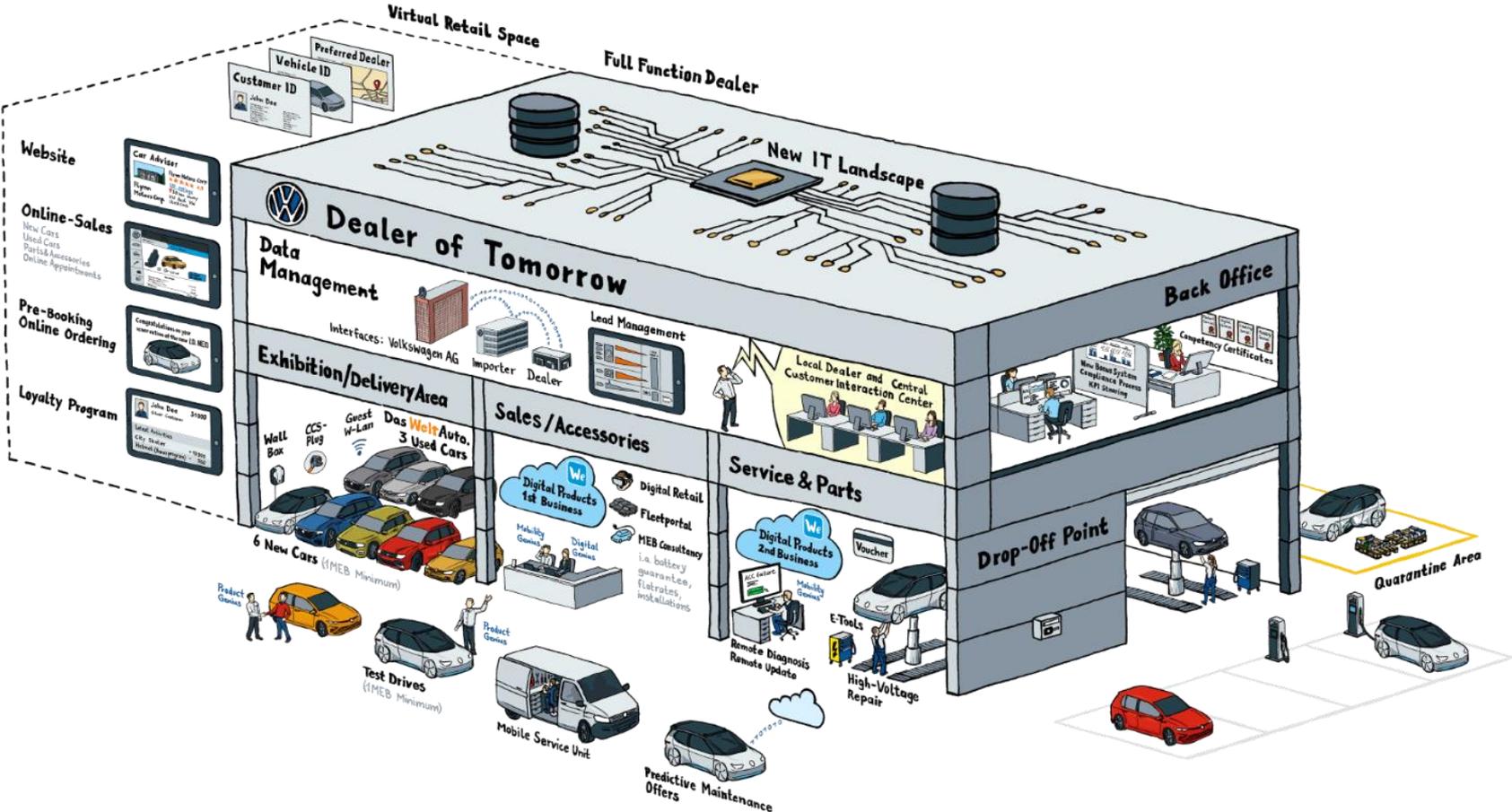
Neu aufgestellt per 1.1.19



3 Themen – alle gleich wichtig



Dealer of Tomorrow



New Mobility Strategie mit 5 Teilstrategien



«Mobility on Demand» Angebots-Palette der AMAG



amag Chauffeur Drive

valetparking



SBB CFF FFS

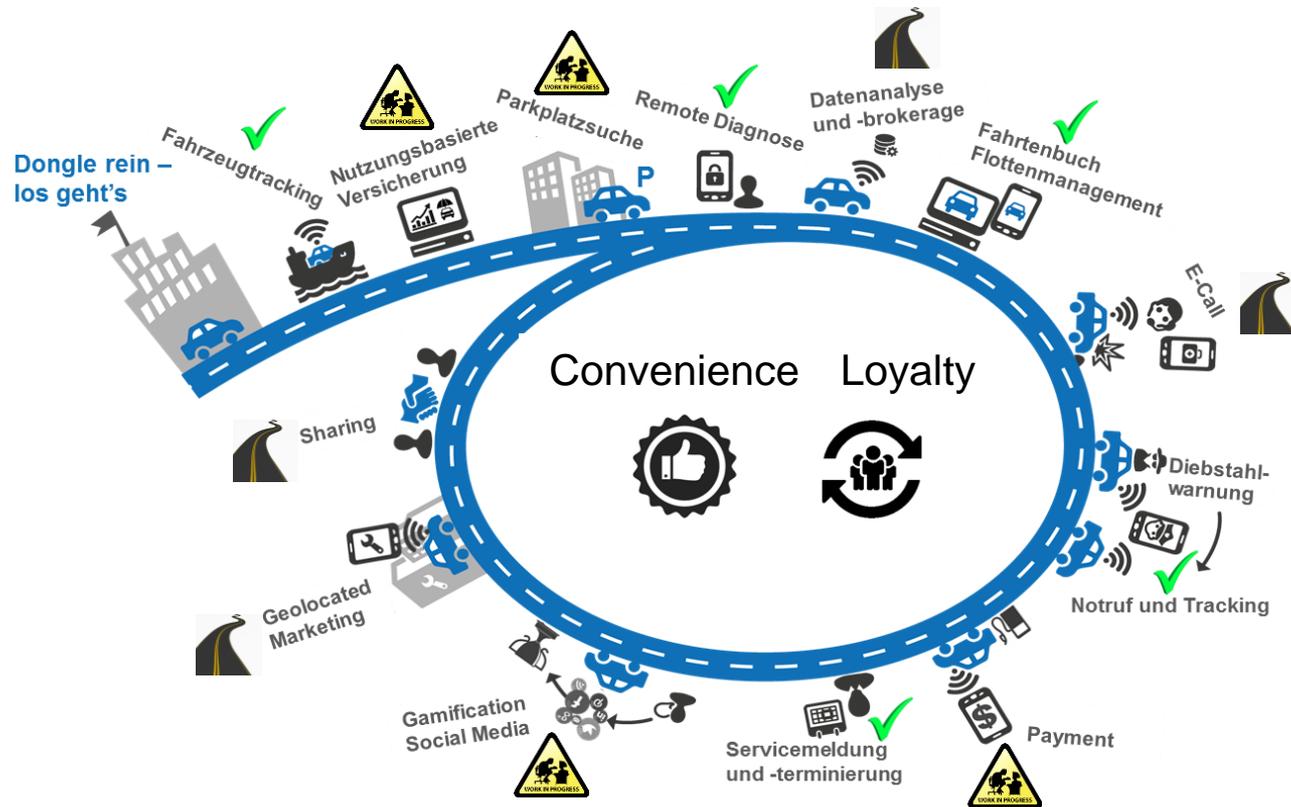


autoSense



swisscom amag

Unsere Vision





E-Mobility



- > Elektrifizierungsstrategie der Hersteller: wird in Zukunft Teil des Kerngeschäfts der AMAG
- > 25% aller Modelle bis 2025 mit Stecker aus dem VW Konzern, 75% ohne Shift im bestehenden Geschäft (Aftersales und Wartung), doch nicht nur Aufbau von Beratungsleistungen

amag

A photograph of two men in a garage. They are looking up at the underside of a car that is elevated on a lift. The man on the left is pointing upwards with his right hand. Both men are wearing dark polo shirts. The background shows other cars and garage equipment.

Partner der Zukunft

Private & eigene Betriebe

Bereit sein (auch für neue Business Modelle)

Markt ausschöpfen

Markenwelten darstellen

Vertrauen zwischen Hersteller, Importeur und Garagist

**Wer nicht mit der
Zeit geht,
geht mit der Zeit!**

Carl Josef Neckermann

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

