

Kombinierte Kompetenz

AGS Autoglas Spezialist verspricht als Systempartner Zusatzgeschäfte für Werkstätten

Interesse an einem alternativen Standbein? Auf der Suche nach mehr Rendite und Umsatz bietet sich AGS als Systempartner für Dienstleistungen rund um Autoglas an. Die Idee: Kfz-Profis sollen ihren Status als Werkstatt des Vertrauens mit den Erfahrungen des Glasspezialisten kombinieren und von dessen Know-how profitieren.

Steckbrief

Das bietet AGS

- Vorzugskonditionen für Scheiben
- Abrechnung mit allen Versicherungen
- Technik- und Verkaufsschulungen
- Unterstützung im Mahnwesen/ Nachforderungsmanagement
- Suchmaschinenoptimierung für Betriebe
- individualisierte Autoglas-Homepage
- technische Hotline
- eine Onlinebestell- und -abrechnungsoftware
- weitere Infos www.autoglas-spezialist.com

Dabei ist Werbung in eigener Sache ein wesentlicher Erfolgsbaustein. Denn: Nicht der Name eines Systemgebers ist für den Endkunden bei Autoglasgeschäften entscheidend, sondern die Bekanntheit und Beliebtheit einer Werkstatt. Davon ist AGS-Autoglas-Vertriebsleiter Andreas Lange überzeugt: „Werkstätten sind Meisterbetriebe und damit Profis für das komplette Fahrzeug. Und sie wissen, wann ein Scheibentausch notwendig ist und wann nicht. Die dazugehörige Argumentation schulen wir.“

Damit die Partnerschaft für beide Seiten Früchte trägt, müsse vor allem klar sein, dass ein Betrieb seinen Umsatz oder Profit im Bereich Autoglas beleben will. Ist das der Fall, analysiert das Team um Lange zunächst den Istzustand einer Werkstatt. Danach geht es darum, Stärken und Schwächen zu definieren. „Wir empfehlen Betrieben zielgerichtet Maßnahmen zur Stammkundenbindung und Neukundengewinn-

nung. Auch bei der Umsetzung stehen wir zur Seite.“

Proaktiv zum Erfolg

Dabei schreibt sich AGS Autoglas auf die Fahnen, einiges bewusst anders zu machen als die Konkurrenz. „Im Gegensatz zu anderen Glasersystemen werben wir nicht mit zu erwartenden Versicherungsvermittlungen, die dann so gut wie nie oder auf verschwindend niedrigem Niveau eintreffen“, sagt Lange. Doch statt auf das Prinzip Hoffnung zu setzen, raten die Autoglasprofis aus dem bayerischen Neutraubling Werkstätten dazu, proaktiv am Erfolg mit Autoglas zu arbeiten und die eigene Leistung nicht zu (jeder) gekoppelten Bedingung zu verkaufen. Die Abrechnung basiert auf dem individuellen ortsüblichen Stundenverrechnungssatz. Denn der Betrieb soll für ehrliche Arbeit auch „ehrliches Geld“ verdienen. Lange: „Bei Rechnungskürzungen haben wir ein effektives Nachforderungsmanagement und kooperieren dabei mit einer der renommiertesten Anwaltskanzleien im Versicherungsrecht.“ Außerdem sei es wichtig, Werkstätten als Fachbetrieb für Autoglas in ihrer Region – sozusagen als eine regionale Marke – bekannt zu machen. Beispielsweise mit einer individuellen Autoglas-Homepage mit Suchmaschinenoptimierung. So sollen Kunden den Werkstattpartner als Fachbetrieb für Autoglas und Werkstatt des Vertrauens wahrnehmen.

Zusätzlich bietet AGS Techniks Schulungen an und wirbt mit Werbe- und Marketingideen. Von einem mobilen Vor-Ort-Kundenservice raten die Autoglasexperten Kfz-Profis übrigens eher ab und empfehlen stattdessen, den Schaden stationär im Betrieb zu beseitigen. Mit einem Ersatzfahrzeug sei der Kunde auch so weiterhin mobil. *kt*



Werkstätten, die ihr Geschäft um Dienste rund um Autoglas erweitern möchten, bietet sich AGS Autoglas Spezialist als Systempartner an. Bild: Krafthand