

## Grundlage für Service-Optimierung und Kundenzufriedenheit: Wahrnehmungsanalysen bei Vergölst Partnern

Hannover, im November 2024. Unabhängige Berater stellen einzelne Vergölst Partnerbetriebe in Bezug auf die Kundenwahrnehmung auf den Prüfstand. Ziel: Ansätze zur weiteren Optimierung ermitteln beziehungsweise Ergebnisse in neue Verkaufsraumkonzepte einfließen lassen.

Die Qualität der Kundenbetreuung und Serviceleistungen ist in der Kfz-Branche ein entscheidender Wettbewerbsfaktor. Eine innovative Methode, um die Stärken und Schwächen im Kundenerlebnis systematisch zu erfassen, ist die Wahrnehmungsanalyse. Dieses Verfahren ermöglicht es Unternehmen, gezielt Optimierungspotenziale zu erkennen und ihre Prozesse weiterzuentwickeln. „Eine Wahrnehmungsanalyse bewertet, wie Kunden den Service einer Werkstatt erleben – von der Terminvereinbarung über die Reparaturdurchführung bis hin zur Fahrzeugübergabe. Dabei wird die gesamte ‚Customer Journey‘ betrachtet“, erklärt Emanuel Buddensiek, Head of Franchise Business bei der Vergölst GmbH und fügt hinzu: „Diese Leistung bieten wir für unsere Vergölst Partnerbetriebe an. Denn die Wahrnehmungsanalyse hilft ihnen dabei, ein realistisches Bild davon zu bekommen, wie ihre Leistungen von Kunden wahrgenommen werden.“

Im November 2024 wurde der Zülpicher Betrieb und Vergölst Partner SELOG GmbH unter die Lupe genommen. „Diese Art der Bestandsaufnahme ist für uns absolut sinnvoll, denn oft ist es schwierig, den eigenen Betrieb unbefangen und durch die ‚Kundenbrille‘ zu sehen. Dafür braucht es einen unabhängigen Beobachter“, so Geschäftsführerin Nicole Ohrem. Mit Jessica Wachendorf steht die nächste Generation in den Startlöchern, die den Betrieb künftig übernehmen wird. „Die Anwesenheit des Analysten haben wir als sehr angenehm empfunden. Unauffällig hat er das Tagesgeschäft beobachtet und dokumentiert – und nun warten wir gespannt auf die Ergebnisse des Gutachtens. Dieses zeigt, wo bei uns gezielt nachgebessert werden kann und wie wir uns in Bezug auf positive Kundenerlebnisse zukunftssicher aufstellen können. Wir sind sehr froh, dank Vergölst diese Möglichkeit zu bekommen“, betont Wachendorf.

### 360-Grad-Methode

„Der Mensch nimmt seine Umgebung mit allen Sinnen wahr: sehen, riechen, fühlen, schmecken, hören – alles gleichzeitig. Deshalb ist es unerlässlich, den Verkaufsraum ganzheitlich zu gestalten und zu pflegen“, weiß Dr. Markus Schweizer, Geschäftsführer und Partner der Holistic Consulting GmbH, der mit seinem Team seit rund sechs Jahren Wahrnehmungsanalysen in verschiedenen Vergölst Fachbetrieben durchführt. Knapp 30 Betriebe wurden bisher analysiert. „Zentrale Herausforderung in Verkaufsräumen ist das bewusste Zusammenspiel der vielfältigen Sinnesreize, denn Unstimmigkeiten können den Eindruck des Kunden negativ prägen. Eine kundenzentrierte und multisensorische Gestaltung des Laden-Raums trägt zum Wohlbefinden und damit zur Magnetwirkung bei“, sagt der Experte.

Bei der Wahrnehmungsanalyse wird pragmatisch und systematisch die ganzheitliche Wirkung des Verkaufsraumes im Rahmen einer eintägigen (nicht-teilnehmenden) Betriebsbegehung erhoben und interpretiert. Der Fokus liegt dabei

sowohl auf der Beobachtung des Kundenflusses als auch auf den Touchpoints entlang der Customer Journey. Besondere Berücksichtigung finden dabei die wahrgenommenen „Pain Points“ als Ansatz zur weiteren Optimierung – also die Umstände, die vom Kunden als Unannehmlichkeiten empfunden werden könnten.

Überprüft werden weiterhin Punkte wie Erreichbarkeit & Visibilität, erster Eindruck, Begrüßung und erster persönlicher Kontakt, Aufnahme des Gesprächs und Beratung, Sitzgelegenheiten und Informationsangebot, Leistungsabwicklung, Wartezeit, Übergabe und Bestätigung. „Was nimmt der Kunde wahr, wenn er die Werkstatt besucht: Sind ausreichend Parkplätze vorhanden? Ist der Empfangstresen gut erkennbar? Welche Gerüche und welchen Geräuschpegel strömen auf ihn ein? Wie professionell wirkt das Werkstatt-Team? Gibt es die Möglichkeit, für kürzere Zeiträume wie etwa einen Reifenwechsel zu warten und wie angenehm wird die Wartezeit gestaltet? Wie willkommen und wohl fühlt er sich bei seiner Werkstatteinfahrung? All diese Fragen stehen im Zentrum unserer Analysen“, so Dr. Schweizer.

### Vorteile der Wahrnehmungsanalyse

Die systematische Auswertung der Analyseergebnisse bietet zahlreiche Vorteile:

- **Erhöhte Kundenzufriedenheit:** Werkstätten können gezielt an Schwachstellen arbeiten und die Kundenerwartungen besser erfüllen.
- **Verbesserung der internen Abläufe:** Prozessfehler oder ineffiziente Strukturen werden identifiziert und behoben.
- **Stärkung der Markenbindung:** Ein positives Kundenerlebnis stärkt die Loyalität und erhöht die Wahrscheinlichkeit einer Weiterempfehlung.
- **Erfolgskennzahlen im Fokus:** Werkstätten können die Analyse nutzen, um Kennzahlen wie die Wiederholungsquote oder die Weiterempfehlungsrate zu steigern.

### Unterstützung für Vergölst Partnerbetriebe

„Unser Vergölst Franchise-Konzept gibt es bereits seit über 30 Jahren. Über 300 Partnerbetriebe profitieren inzwischen davon, dass wir sie dabei unterstützen, ihr Kerngeschäft einfach, nachhaltig und profitabel zu betreiben“, so Buddensiek. Ein wichtiger Baustein des Konzepts ist es, den Partnern Tools an die Hand zu geben und Wege zu zeigen, die sie im Wettbewerb gut aufstellen. „Die Wahrnehmungsanalyse hat sich besonders bewährt, da sie darauf einzahlt, dass ein Betrieb nur einmal die Chance auf einen ersten Eindruck hat. Wenn dieser positiv ausfällt, sind Kunden gerne bereit, auch wiederzukommen und weiterzuempfehlen. Kunden zu binden und zu gewinnen, sichert langfristig den Erfolg eines Betriebes“, schließt Buddensiek.

### Kontakt für Journalisten

Marcel Schasse

Telefon: +49 511 938 20567

E-Mail: marcel.schasse@vergoelst.de

## Links

Presstexte und Fotos zum Download finden Sie unter

<https://vergoelst.de/presse.html>

<https://instagram.com/vergoelst/>

<https://www.facebook.com/vergoelst/>

<https://www.youtube.com/user/VergoelstReifen>

## Über Vergölst

Mit einem Netzwerk von über 450 Standorten sichert Vergölst bundesweit die Mobilität der Kunden. 1926 in Aachen gegründet ist der Spezialist für Reifen und Autoservice stetig gewachsen. Seit 1974 ist Vergölst Teil der Continental AG und hat seine Zentrale in Hannover. Heute erwirtschaften rund 1.900 Mitarbeiter in ganz Deutschland einen jährlichen Umsatz von etwa 330 Millionen Euro.

## Genderneutrale Sprache

Zur besseren Lesbarkeit verwenden wir in unserer Pressearbeit das generische Maskulinum. Die verwendeten Personenbezeichnungen beziehen sich aber – sofern nicht anders kenntlich gemacht – grundsätzlich auf alle Geschlechter.