

# Akquirieren von Serviceverträgen

Höhere Kundenzufriedenheit durch mehr Serviceverträge

---

Mit einem Servicevertrag ist sichergestellt, dass der Service im vom Hersteller empfohlenen Umfang und Intervallen mit Original Ersatzteilen durchgeführt wird. Damit wird die höchstmögliche Betriebssicherheit und Lebensdauer des Produktes erreicht, was ein positives Firmenimage nach sich zieht. Unterschiedliche Motivstrukturen der Kunden bedingen aber auch ein Anpassen der jeweiligen Nutzenargumentation und der Reaktion auf Einwände. Die Motive im Gespräch erkennen und intuitiv die richtigen Argumente zu verwenden sind Voraussetzung im Überzeugungsprozess.

---



## Seminarziel

Die Teilnehmer

- lernen zielgerichtet und konsequent Serviceverträge zu akquirieren
- kennen und erkennen die Entscheidungsmotive von Kunden
- nutzen in Ihrer Nutzenargumentation und Einwandbehandlung die Entscheidungsmotive der Kunden
- können die Serviceverträge überzeugend argumentieren
- reagieren auf Einwände der Kunden professionell
- führen zielgerichtet den Abschluss herbei
- erkennen Ihre eigene Wirkung am Telefon und entwickeln diese weiter

## Inhalte

- Akquisitionsplan
- Entscheidungsmotive der Kunden
- Nutzenargumentation
- Überzeugende Argumentation am Telefon
- Einwandbehandlung in der Akquisition
- Einwandkatalog
- Akquisitionstelefonate aus dem Arbeitsalltag der Teilnehmer

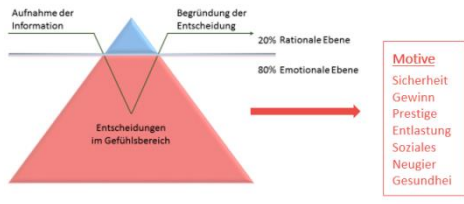
## Methoden

- Lehrgespräch
- Gruppenarbeit
- Übungen - Rollentraining

## Organisation

- Zielgruppe
  - Servicekoordinatoren
  - Kundenberater am Telefon
  - Sachbearbeiter Service
- Dauer
  - 2 Tage

Die Rolle der Motive im Überzeugungsprozess



*Begründungen erfolgen mit dem Verstand, Entscheidungen fallen im Gefühlsbereich.*

**Wichtig:**

- Motive ändern sich
- Stark ausgeprägte Motive können sich verlagern
- Menschen versuchen, ihre Motive zu verbergen
- im Gespräch erscheinen die Motive früher oder später
- Motive sind nur momentan und nicht auf Dauer zu befriedigen

Je besser ich die Motive des Gesprächspartners erkenne und mich auf sie einstelle, umso wirkungsvoller kann ich überzeugen.

Beispielseite aus dem Arbeitsbuch für die  
Seminarteilnehmer