



Quistgaard & Lyng
TRÆNING I UDVIKLING

Det er NU vi skal lære - af de kunder der ikke køber

Nybilssalget i februar er netop blevet offentliggjort. Og det er ikke opmuntrende læsning, hverken for importører, forhandlere eller sælgere. Den onde cirkel fortsætter sin rotation og lyspunkterne er svære at få øje på. I det hele taget har krisen et fast tag i bl.a. bilbranchen. Det kræver mandsmod, og en voldsom aktivering af de optimistiske gener, at se bort fra det negative, og gøre noget aktivt for at ændre situationen. Men det skal gøres – og det skal være nu.

Erfaringerne viser, at et sted mellem 10 % og 20 % af de kunder der besøger en bilforretning ender med at skrive under på en slutseddel. Resten går igen – og i bedste fald med en brochure i hånden. Hvorfor går de uden at handle?

De tilfredse kunder køber

På et eller andet niveau må man gå ud fra at det er de tilfredse kunder der køber. Alt andet virker ulogisk. Bilbranchen undersøger som hovedregel kundernes tilfredshed – altså dem der har købt. Det foregår typisk via mere eller mindre brugbare kundemeningsmålinger, der ofte har den væsentlige svaghed, at resultaterne kommer flere måneder efter købet. Svagheden består i, at det er vanskeligt at gøre noget positivt ved den enkelte kundes oplevelse flere måneder efter købet og i stedet kan man fokusere på de generelle svagheder og styrker i salgsafdelingen. Resultatet bliver i bedste fald middelmådigt med en tendens til at reagere på den laveste fællesnævner. Hvis kundemeningsmålinger skal have effekt – altså tage såvel kunde som sælger alvorligt – så skal de foretages straks efter købet med mulighed for dagligt at følge resultaterne.

Det får både kunder og sælgere mere ud af og indehaverne kan aflæse det på bundlinien.



Quistgaard & Lyng
TRÆNING I UDVIKLING

Viden er nøglen til fremgang

Kan man så konkludere, at resten ikke køber fordi de er utilfredse med forhandleren eller sælgeren? Næppe. Der er som bekendt mange årsager til at kunderne vælger ikke at købe. Det kan være fordi:

- bankerne er tilbageholdende med at låne penge ud
- kunden er utilfreds med bytteprisen
- kunden reelt ikke er klar til at handle – bare nysgerrig
- kunden ikke bliver taget seriøst
- restgælden i den nuværende bil er for stor
- sælgeren er uopmærksom og uengageret
- kunden vil se på bil hos konkurrenten

Det er alt sammen påstande og tro. Men hvor ville det være rart at få den viden. Hvis mange kunder er tilbageholdende fordi banken har smækket kassen i, så er der god grund til at sætte ekstra fokus på sælgernes evne til at rådgive og sælge finansiering. Og hvis kunderne vælger forhandleren fra på grund af dårlig kundebehandling så er det her man skal tages fat. Og endelig, hvis en stor del af kunderne ikke er klar til at handle, så skal der fokuseres på evnerne til at indgå aftaler med kunderne om efterfølgende opfølgning.

Alt for mange kunder forlader salgslokalet uden at fortælle den eller de egentlige årsager til ikke at købe. Det efterlader sælgeren/forhandleren i en situation, hvor der kun er gætterier tilbage. Og ingen er blevet klogere på hvordan salget kan øges.

Viden om hvorfor kunderne ikke køber er alfa og omega i enhver forretning. Og særligt i disse tider.



Quistgaard & Lyng
TRÆNING I UDVIKLING

Quistgaard & Lyng bruger den viden og de erfaringer vi har fået igennem mange år som konsulenter i bilbranchen, og har udviklet systemet **Link2Y**. Systemet fungerer ved, at de kunder der har været i salgsafdelingen opfordres og motiveres til at gå på nettet og fortælle om årsagerne til at de ikke købte.

De kunder som accepterer, kan efterfølgende kontaktes af sælgeren og på den måde kan dialogen med den potentielle kunde bevares. Forhandleren kan dagligt logge sig ind på sin egen forretning og følge med i kundernes tilbagemeldinger og tage fat i de områder der er behov for.

Link2Y kan suppleres med online kundemeningsmålinger, hvor kunderne giver deres mening til kende efter salg og igen efter levering. Der kan yderligere suppleres med kundemeningsmålinger på eftermarkedet. På den måde får forhandlere og importører et aktuelt billede af kundernes opfattelse, med mulighed for enten at fastholde den gode kvalitetsbevidste adfærd eller ændre svage punkter.

Link2Y giver mulighed for at øge salg og indtjening med ny viden fra de mange der ikke køber og fastholde loyaliteten blandt dem der har købt.

Kontakt venligst Kim Quistgaard eller Ib Lyng på telefon nr. 38 16 17 85 for yderligere oplysninger.

Med venlig hilsen

Kim Quistgaard

13. marts 2009