



Titel	Dauer	Ziele	Inhalte
<p>Zielgruppengerechtes Verkaufen im Autohaus</p> <p>Die Frau als Kundin</p>	1 Tag	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Auf die besonderen Bedürfnisse von Frauen als Service- und Neukundinnen Rücksicht nehmen zu können, um die Zufriedenheit der Kundinnen und die Bindung an das Unternehmen sicherzustellen. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pkw-Nutzung durch Frauen (Zahlen, Daten, Fakten, Trends) ▪ Selbst- und Fremdbild der Autofahrerinnen ▪ Entscheidungskriterien von Frauen in Verkauf und Service ▪ Frauen und Technik ▪ Unterschiedliche Bedürfnisse in unterschiedlichen Lebensphasen (Fahranfängerinnen, Singles, Mütter etc.) ▪ Wie der Wettbewerb Frauen umwirbt („Frau ist schlau“) – wie auch wir für die Frauen schlauer werden können ▪ Wie verbale Visualisierungen von technischen Informationen genutzt werden können

Zielgruppen

Führungskräfte und Mitarbeiter, die sich auf den wachsenden Anteil der Frauen und deren besondere Bedürfnisse/Erwartungen als Kundinnen im Autohaus einstellen möchten.

Kommentare

Etwa 6,2 Mio. Frauen in Deutschland fahren einen Pkw, der ausschließlich von ihnen gefahren wird. Tendenz steigend. Kennen Führungskräfte und Mitarbeiter im Kundenkontakt die besonderen Bedürfnisse dieser Zielgruppe für das Neuwagen-Verkaufsgespräch oder als Servicekundin? Und falls ja, gehen sie darauf ein? Hier erfahren Sie Hintergründe und die Bedürfnisse der Frauen als Autohauskundin, damit Sie diese wachsende Zielgruppe bedarfsgerecht bedienen können.