

## KFZ-Handel: Wie aus Kunden Fans werden

04.12.2009, 15:54 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: ifsm - Institut für Salesmanagement

Presseagentur: Büro für Bildung & Kommunikation

---



Tifosi-Strategie: Wie aus Kunden Fans werden

In Tifosi-Strategie-Workshop von ifsm entwerfen Autohändler Strategien, um die Anziehungskraft ihrer Geschäfte zu erhöhen.

Wie kommen wir an neue Kunden und Aufträge, nachdem die Abwrackprämie ausgelaufen ist, die uns eine Sonderkonjunktur bescherte? Vor dieser Frage stehen zur Zeit viele Autohäuser, nachdem die Abwrackprämie monatelang sozusagen automatisch Kunden in ihre Verkaufsräume führte. Oft wissen sie hierauf keine Antwort.

Eine Strategie, um nicht nur diese spezielle Marktsituation zu meistern, lernen Geschäftsführer, Eigner und Vertriebsleiter von Autohäusern in einem Workshop kennen, den das ifsm Institut für Salesmanagement am 12. Februar 2010 im Klostergut Besselich, Urbar bei Koblenz, veranstaltet. In dem halbtägigen Workshop stellen die an der Wirtschaftsuniversität Wien ausgebildete Werbefachfrau Michaela Mojzis und ifsm-Geschäftsführer Uwe Reusche den Teilnehmern die Tifosi-Strategie zum Gewinnen von Neukunden und (Re-)Aktivieren von Altkunden vor. Diese Strategie zielt laut Mojzis, die jahrelang Kampagnenmanagerin einer großen österreichischen Volkspartei war, darauf ab, dass aus potenziellen Interessenten und Kunden echte Fans werden – „also Kunden, die ihrem Autohändler treu bleiben und selbst wiederum Neukunden ins Autohaus bringen“.

Der Schlüssel hierzu liegt laut Michaela Mojzis darin, den Kunden nicht nur ein Top-Produkt zu bieten – „das erwarten die Kunden heute ganz selbstverständlich“. Vielmehr gelte es, diese auch emotional zu gewinnen – „dies erfordert mehr als einen 1A-Service“. Letztlich gehe es darum, die Kunden als Fans zu gewinnen, die andere Personen mit ihrer Begeisterung ansteckten, so dass eine Fangemeinde entsteht, die schließlich für mehr Geschäft sorgt. So gewann auch US-Präsident Obama seinen Wahlkampf. Entsprechend müssten die Autohäuser „neben der Marke ein persönliches Profil entwickeln, damit eine Beziehung von Mensch zu Mensch entstehen kann“.

In dem Workshop stellen Michaela Mojzis und Uwe Reusche einen Weg vor, wie Autohäuser in sieben Schritten eine konkrete Strategie entwickeln können, um dieses Ziel zu erreichen. Nähere Infos erhalten Interessierte beim ifsm Institut für Salesmanagement, Urbar (Tel.: 0261/962 3641; E-Mail: [info@ifsm-online.com](mailto:info@ifsm-online.com)). Sie können sich diese zudem von der ifsm-Webseite ([www.ifsm-online.de](http://www.ifsm-online.de)) herunterladen. Die Teilnahme an dem Workshop „Die Tifosi-Strategie“ ist kostenfrei.

## Portrait

Das ifsm Institut für Salesmanagement, Urbar, unterstützt Unternehmen dabei, eine Vision zu entwickeln, wie sie nachhaltige Vertriebsfolge erzielen können. Es hilft ihnen zudem, ihre Strukturen und Abläufe so zu gestalten, dass die gewünschten Erfolge realisiert werden. Außerdem vermittelt es den Salesteams und -mitarbeitern (sowie deren Führungskräften) das Know-how und Können, das diese für ihre Arbeit brauchen; des Weiteren unterstützt und begleitet das ifsm diese, sofern gewünscht, bei ihrer Alltagsarbeit. Geschäftsführer des Institut für Salesmanagement sind Uwe Reusche und Klaus Kissel.

---

News-ID: 377940 • Views: 820 (Stand: 02.06.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/377940/KFZ-Handel-Wie-aus-Kunden-Fans-werden.html>