

Diesel-Know-how für den Verkauf

Renault-Verkäufer räumen mit Diesel-Vorurteilen auf



Auftraggeber

Renault Nissan Institut

Zielgruppe

Verkaufspersonal der Renault Autohäuser

Features

Zur Unterstützung der Dieseldiagnosekampagne Anfang 2002 und zur Erhöhung der Verkaufszahlen wurde das Renault Verkaufspersonal mit diesem CBT geschult.

Neben technischen und betriebswirtschaftlichen Fakten zur Dieseldiagnose und zum Dieselfahrzeug werden Argumentationen und Handlungsmuster für das Verkaufsgespräch vermittelt, die insbesondere der Entkräftung von Vorurteilen dem Diesel gegenüber dienen.

Das CBT ist Teil eines Medienpaketes (Video, CBT, Broschüre), dessen Bearbeitung an einen internen Wettbewerb gekoppelt ist (incentive). Im Video wird der erste Teil, nach erfolgreicher Bearbeitung des ins CBT integrierten Simulationsspiels der zweite Teil eines Lösungssatzes bekannt gegeben, der per Fax eingeschickt wird.