

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

Neben technischen und betriebswirtschaftlichen Fakten zur Dieseltechnik 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.