

Sales-Service: Servicetechniker als Schlüssel zum Vertriebserfolg

Projektabschluss: Whitepaper zum Projekt
'Sales-Service' erschienen



Unser Projekt ‚Sales-Service‘ sollte dazu dienen, ein Vorgehen zu entwickeln, um Servicetechniker in den aktiven Vertrieb von Services und Produkten integrieren zu können und damit Unternehmen Wege aufzuzeigen, das Vertriebspotenzial aus der regelmäßigen und intensiven Kundeninteraktion der Servicetechniker stärker und gewinnbringender als bis dato zu nutzen. Hierzu gestalteten wir eine Analytics-basierte Vertriebsunterstützung für Servicetechniker (in Form von Algorithmen für Open-Source-Software), mithilfe derer Unternehmen künftig die notwendigen Vertriebsinformationen bereitgestellt werden können. Zudem entwickelten wir Aufbau- und Ablauforganisation (Blueprints & Referenzprozesse) sowie die entsprechenden Managementinstrumente (Balanced Scorecard- & Anreizsystem) für einen vertriebsorientierten Service.



Kommunikation als zentrale Herausforderung

Das Bewusstsein für die Potenziale, die der Service für den Maschinen- und Anlagenbau darstellen kann, ist bereits in vielen Chefetagen präsent. Es ist bekannt, dass sich die positive Wirkung eines guten Service nicht nur auf einen höheren Serviceumsatz beschränkt, sondern eine Möglichkeit für Synergieeffekte innerhalb des gesamten Unternehmens bieten kann. Jedoch birgt der Wandel zur Serviceorganisation für viele Unternehmen nicht nur Chancen, sondern stellt auch eine riesige Herausforderung dar. Millionen Serviceeinsätze finden in Deutschland jedes Jahr statt. Unzählige interne und externe Stakeholder müssen bei jedem Einsatz beachtet und richtig adressiert werden.

Das Vorhaben, den Vertrieb von zusätzlichen Leistungen und Produkten in den bestehenden Serviceprozess zu integrieren, ist dabei nicht nur eine Herausforderung, die eine intelligente Verzahnung von Informationen aus unterschiedlichsten Bereichen voraussetzt; es hat auch weitreichende organisatorische und kulturelle Auswirkungen auf das gesamte Unternehmen.

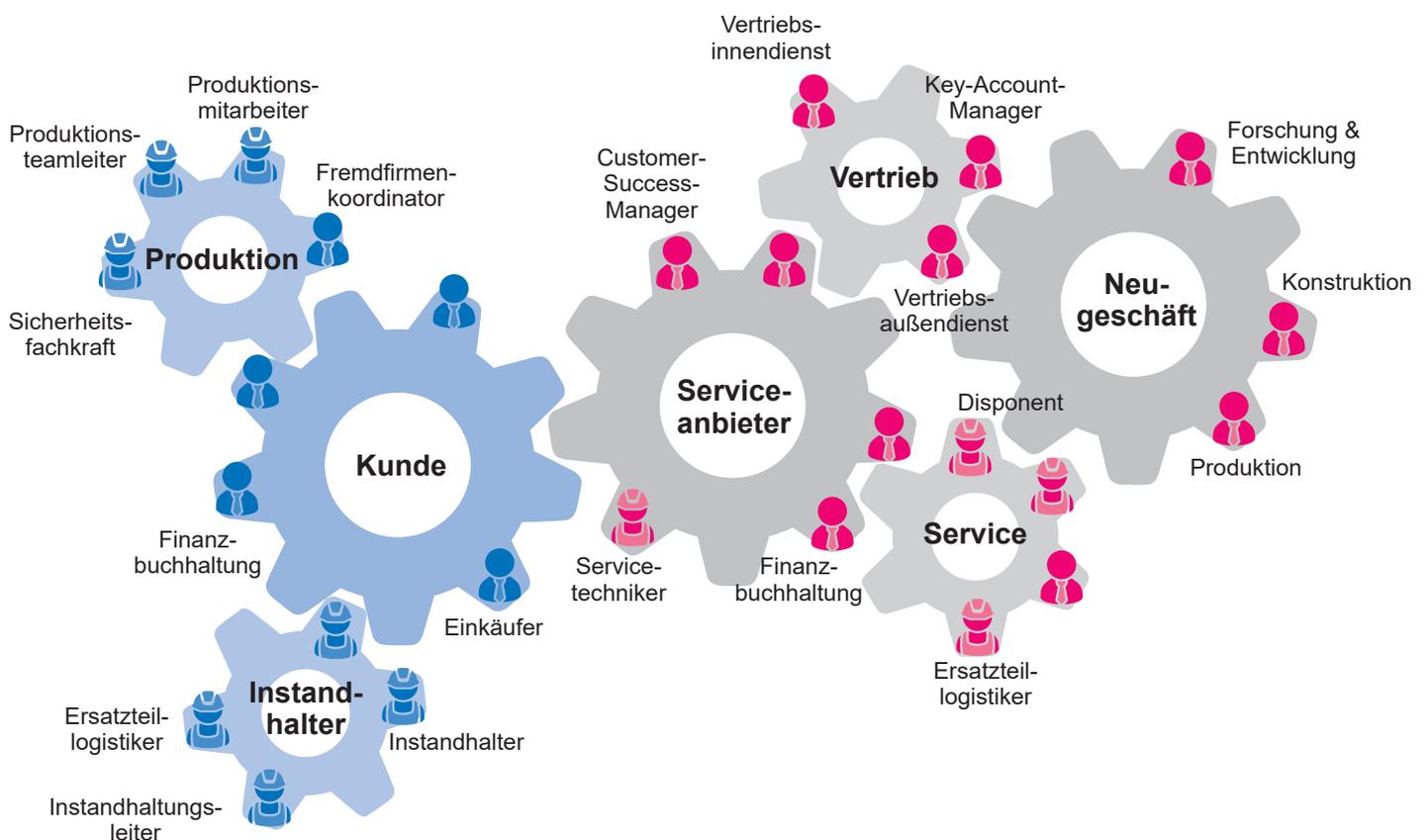


Bild 1: Stakeholder beim Kunden und Serviceanbieter (Auswahl)

Die richtigen Weichen stellen

Das Selbstbild der Servicetechniker ist in den meisten Firmen eher das eines feuerlöschenden Experten als eines proaktiven Kundenberaters. Daraus ergeben sich fünf notwendige Handlungsfelder. Diese sind eng miteinander verknüpft. Bei optimaler Entwicklung und Ausschöpfung derselben können die Servicetechniker zur stärkeren Vertriebstätigkeit befähigt werden (s. Bild 2, S. 43). Es sind dafür jedoch nicht nur tiefgreifende Änderungen im Bewusstsein der Servicetechniker notwendig, sondern auch innerhalb der gesamten Organisation. Nur durch die enge Verknüpfung von Abteilungen und Prozessen kann im Zusammenspiel das volle Potenzial des Service entfaltet werden. Demgemäß sind die angesprochenen Handlungsfelder von Relevanz, die in Bild 2 dargestellt sind.

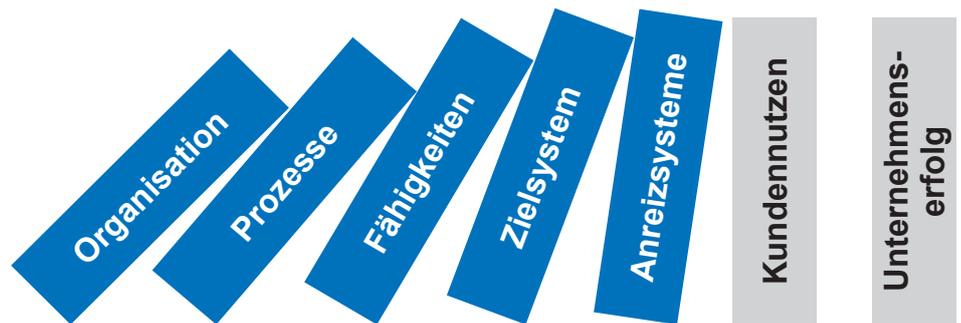


Bild 2: Bausteine einer funktionierenden Serviceorganisation

Der Wandel des Servicetechnikers zum wichtigsten Ansprechpartner des Kunden und zum wichtigsten Vertriebskanal des Unternehmens erfordert also einen nachhaltigen Wandel des gesamten Unternehmens. Doch die Anstrengung lohnt sich.

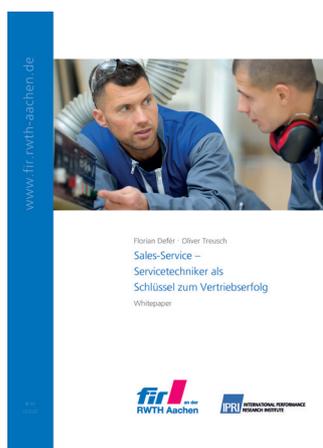
Diese Erkenntnis ist in vielen Unternehmen nicht neu, jedoch fehlt häufig eine klare Vorstellung davon, wie sehr solch ein Wandel bestehende Strukturen infrage stellt und wie dieser Wandel erfolgreich initiiert und durchlaufen werden kann. In unserem neuen Whitepaper „Sales-Service – Servicetechniker als Schlüssel zum Vertriebsserfolg“ geben wir Ihnen einen detaillierten Einblick in die in Bild 2 vorgestellten Handlungsfelder und bieten konkrete Vorschläge zur Umsetzung.

Das IGF-Vorhaben 19829 N des FIR e. V. an der RWTH Aachen wurde über die AiF im Rahmen des Programms zur Förderung der industriellen Gemeinschaftsforschung und -entwicklung (IGF) vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages gefördert.

df · Treusch

Erfahren Sie mehr in unserem Whitepaper!

Unter folgendem Link können Sie das Whitepaper „Sales-Service“ kostenfrei herunterladen:
sales-service.fir-whitepaper.de



Sie möchten lieber direkt unsere Kompetenzen für Ihre Servicetransformation an Ihrer Seite wissen? Sprechen Sie uns gern an! Mehr Informationen zum Projekt „Sales Services“ finden Sie auf unserer Website unter sales-service.fir.de.



Dipl.-Ing. Florian Defèr
 FIR an der RWTH Aachen
 Tel.: +49 241 47705-233
 E-Mail: Florian.Defèr@fir.rwth-aachen.de

Oliver Treusch, M.Sc.
 IPRI International Performance Research Institute
 Tel.: +49 711 620 32 68 - 8001
 E-Mail: otreusch@ipri-institute.com

