



PETER KUHLE INTERIM MANAGER

Mitglied der **DDIM.**



TECHNISCHER SERVICE – SYSTEMRELEVANZ CHECKLISTE FÜR IHREN SERVICE-ERFOLG

**SERVICE
ZAHLT SICH
AUS**

**SERVICE
ALS STÜTZE –
AUCH IN DER
KRISE**



**IHR WEG ZUR
SERVICE
EXCELLENCE**

TECHNISCHER SERVICE – SYSTEMRELEVANZ

CHECKLISTE FÜR IHREN SERVICE-ERFOLG

Das produzierte Datenvolumen in den Netzen der Telekommunikationsunternehmen befindet sich auf einem beispiellosen Höhepunkt. Kinder surfen und spielen online. Eltern arbeiten im Home-Office. Bildungseinrichtungen führen Unterricht, Vorlesungen und Weiterbildung online durch. Die zwischenmenschliche Kommunikation außerhalb des Haushalts ist auf Internet und Telefon beschränkt. Die Welt wird auf einen Schlag digital – Digitalisierung im Sprintverfahren. Was gestern für unmöglich galt, ist heute Normalität. Die Service-Abteilungen bilden das Rückgrat der neuen Lebensweise!

UNSERE TELEKOMMUNIKATIONSINDUSTRIE: EIN GROSSES DANKE FÜR EUREN EINSATZ

Ein großes Kompliment an die Netzbetreiber in Deutschland für das, was ihr aktuell leistet. Dass wir online sein und damit unsere berufliche und private Kommunikation aufrechterhalten können, ist vor allem auch euer Verdienst. Eine Meisterleistung der Network Abteilungen, die Netze bereitstellen, überwachen, warten und instand setzen. Eine Meisterleistung der Service-Techniker, die trotz Krise ihren Dienst versehen und Kundenbesuche durchführen. Und ebenso eine grandiose Leistung der Mitarbeiter in den Contact Centers, die am Telefon alles geben.



Eine Leistung: Für den Kunden – für Deutschland – für unsere Wirtschaft.

Meinen ausdrücklichen Dank an: #Deutsche Telekom #Vodafone #O2 und alle anderen #Netzbetreiber, #Provider und #Dienstleister, die uns dies alles ermöglichen!

SERVICE EXCELLENCE ZAHLT SICH AUS: ZUKUNTSFÄHIGER SERVICE MACHT ES MÖGLICH

Service erlebt dieser Tage eine Aufwertung in unser aller Bewusstsein. Wer damit zu tun hat, wusste natürlich schon um seinen Wert – bisher war das aber nicht überall angekommen. Der Wert eines guten Service ist aber mit einem Mal für alle augenscheinlich geworden. Wenn von heute auf morgen plötzlich eine Vielzahl von Anfragen im

Service eingeht, ist das für diese wichtige Kundenschnittstelle aber eine Mammutaufgabe. Wer zu Beginn der Ausgangssperren und Reiserestriktionen z. B. Flüge umbuchen wollte, tat das zuallererst an den Hotlines. Warteschleifen von über 45 Minuten waren die Regel. Das Anrufvolumen in solchen Situationen ist kaum zu managen. Auch in der Telekommunikation ist ein ansteigendes Volumen häufig auch mit ansteigenden Störungen verbunden. Die Effekte sind die gleichen. Es gilt, die Kapazität, d.h. die Anzahl der Mitarbeiter, der Situation anzupassen, und dies je nach Unternehmen im Kontakt-Center als auch im technischen Außendienst. Technische Möglichkeiten helfen bei der Erkennung und Behebung, begleitet durch eine abgestimmte Kundenkommunikation.

Unternehmen, die schon früher die strategische Relevanz der Kundenschnittstellen erkannt haben, konnten hier bereits vor der Krise Boden gutmachen. Volumenschwankungen und damit verbundene Anpassungen an der Steuerung von Service-Einheiten gab es schon immer. Um bei den Beispielen zu bleiben, etwa Flugausfälle durch Schlechtwetter oder technische Ausfälle in Netzen der Telekommunikation. Hier gilt es für Service-Einheiten, branchenübergreifend nachzulegen und den Service als eine der wichtigsten, strategischen Geschäftseinheiten zu platzieren und damit deren Ausrichtung als Top-Managementaufgabe anzunehmen.

IHR WEG ZU SERVICE EXCELLENCE: SERVICE ALS STÜTZE – AUCH IN DER KRISE

Service-Einheiten fit zu machen ist keine einfache Sache, sprechen wir dabei doch von einer der komplexesten Unternehmenseinheiten: Menschliche und technische Kapazitäten, technische Vorgaben, Methoden und Hilfsmittel, Logistikprozesse sowie Kundenkommunikation und vieles mehr laufen hier zusammen. Service hat damit im gesamten End-2-End-Prozess Verknüpfungen im Unternehmen sowie Schnittstellen zu Partnern, und vor allem – den Kunden.

Aus einer Vielzahl von Projekten im technischen Service lässt sich ableiten, dass Service-Einheiten optimalerweise anhand folgender Checkpunkte geprüft und entwickelt werden sollten:

EXEMPLARISCHE & VEREINFACHTE CHECKLISTE

SERVICE-MANAGEMENT RAHMENBEDINGUNGEN	OPERATING MODEL OPERATIONAL EXCELLENCE	SERVICE- INNOVATIONEN SERVICE EXCELLENCE	CUSTOMER JOURNEY KUNDENZUFRIEDENHEIT
SERVICE- & PARTNERMANAGEMENT <ul style="list-style-type: none"> Vertragswesen Service Level (SLAs) Kapazitäten Business Cases Forecast und Budgetplanung ... 	OPERATING MODEL & STEUERUNG <ul style="list-style-type: none"> Prozessmanagement (IT-Plattform) Steuerungsmethoden Kennzahlenmanagement Operative Zusammenarbeit Partner & Schnittstellen ... 	INNOVATIVES SERVICE-MANAGEMENT <ul style="list-style-type: none"> Self Services Proaktiver Service & Predictive Maintenance Virtual & Augmented Reality Service als Sales Channel ... 	KUNDE IM MITTELPUNKT <ul style="list-style-type: none"> Kundenzufriedenheit (Net Promotor Score) Kundenkommunikation Durchgängiges Kundenerlebnis (Customer Journey) ...
ÜBERGREIFENDE PUNKTE			
END2END PROZESSE, ZUSAMMENARBEIT & ORGANISATION <ul style="list-style-type: none"> Schnittstellenmanagement Zusammenarbeit 1. Level, 2. Level und Field Service (E2E) Prozesse und Systeme (Digitalisierung und IT-Plattform) Organisation mit Fokus Operational Excellence und Kunde ... 		LEADERSHIP & PARTNERSCHAFTEN <ul style="list-style-type: none"> Leadership (Führung) Fachkräftemangel (speziell Techniker) Partnerschaften (Service-Partner) ... 	

Grafik © pK Peter Kuhle 2019

SERVICEMANAGEMENT UND RAHMENBEDINGUNGEN

Unter anderem ...

- Prüfung der Voraussetzungen für den Betrieb von Service-Einheiten:
- Qualität der Verträge inkl. der kommerziellen Aspekte (SLAs etc.) sowie die Vorhaltung von Kapazitäten (inkl. Volumenschwankungen)
- Qualität des Forecast: Essenziell entscheidend für die Auslastung, Steuerung sowie für die Bereitstellung von Kapazitäten

Anmerkung:

Eine hohe Qualität hinsichtlich Verträgen, Kapazitäten und Forecasts ist erfolgskritisch!

In der Krise sollten Verträge, SLAs und Forecasts deshalb genau geprüft und gegebenenfalls an die veränderte Situation angepasst werden. Stellen Sie sicher, dass Sie Ihre Kundenversprechen auf Basis von Verträgen, Versprechen und angepassten Planungsparametern auch ermöglichen können.

OPERATING MODEL UND OPERATIONAL EXCELLENCE

Unter anderem ...

- Prüfung der Steuerungslogiken und -Systeme: Wie transparent sind die zur Steuerung notwendigen Zahlen, Daten und Fakten?
- Zusammenspiel Steuerung und Planung hinsichtlich Forecast (Anzahl, Kapazität, ...)
- Qualität und Digitalisierungsgrad der Prozesse inkl. deren Effizienz, Effektivität und Messbarkeit

Anmerkung:

Kennzahlentransparenz und deren Aufbereitung in den Steuerungssystemen (bedingt nachvollziehbare und messbare Prozesse) sind für eine effektive Steuerung unerlässlich.

In der Krise ist die Steuerung aufgrund der Restriktionen und der damit verbundenen Arbeit aus dem Home-Office komplizierter (z. B. Besetzung, Disposition, First/Second Level, IT-Ausstattung). Prüfen Sie die ortsunabhängige Verfügbarkeit aller nötigen Daten und sichern Sie die Steuerungseinheiten ausreichend ab.



SERVICE INNOVATIONEN UND SERVICE EXCELLENCE

Unter anderem ...

- Virtual und Augmented Reality, Predictive Maintenance oder Self Service: Prüfung der Innovationskraft Ihrer Services hinsichtlich Kundenwünschen und technischer Möglichkeiten – damit verbunden ist schlussendlich auch das Volumenmanagement
- Prüfung des „Serienreife“ Ihrer Innovationen zur Steigerung Ihrer Serviceversprechen, z. B. bei hohem Servicevolumen die Fehlerbehebung per Fern-Steuerung und das rechtzeitige Erkennen von Anomalien (Möglichkeiten zum Gegensteuern oder der Verbesserung von Prozessen etc. prüfen)

Anmerkung:

Innovationen ebnen Ihnen den Weg zur Service-Excellence sowie zu einer flexiblen Steuerung auch bei Volumenschwankungen.

In der Krise: Innovationen, die Fernwartungen/-reparaturen ermöglichen, sind gerade in der Corona-Krise wichtige Lösungswege. Setzen Sie diese Möglichkeiten zur Reduzierung von Vor-Ort-Terminen und zur Bewältigung von etwaigem Mehrvolumen ein. Die Einführung moderner Service-Innovationen sollte immer in Verbindung mit einer abgestimmten Kundenkommunikation erfolgen.

CUSTOMER JOURNEY UND KUNDENZUFRIEDENHEIT

Unter anderem ...

- Kennen Sie die Kundenzufriedenheit Ihrer Kunden: Check der Kundenzufriedenheitsmessung
- Prüfung der Ergebnisse und Ableitung von Initiativen zur Steigerung der Kundenzufriedenheit anhand der Kundenfeedbacks (Kundenbedürfnisse)
- Prüfen Sie, wie wichtig die Kundenzufriedenheit in Ihrem Unternehmen genommen wird (inkl. Management)

Anmerkung:

Kundenzufriedenheit sollte eine der Top-Kennzahlen im Unternehmen sein und auf der Agenda des Managements sehr weit oben stehen.

In der Krise: Kommunikation in der Krise verläuft bestenfalls digital oder telefonisch. Prüfen und passen Sie Ihre Kommunikation an: Begleiten Sie Ihren Kunden durch den Prozess und informieren Sie rechtzeitig, um Kundenanliegen zu reduzieren oder zu vermeiden.

ÜBERGREIFENDE PUNKTE

Unter anderem ...

- Prüfung der Zusammenarbeit im Unternehmen und an den relevanten, externen Schnittstellen

- Prüfung der End-2-End Verantwortlichkeit: Wer trägt die Gesamtverantwortung für den Kunden, den Kundenerfolg (Kundenzufriedenheit) und die damit verbundenen unternehmerischen Strukturen (Organisation und Prozesse)
- Hinterfragung und Ausrichtung des Leadership: Maßnahmen zur Steigerung der Mitarbeiter- und Kundenzufriedenheit im Einklang mit Leistungsorientierung und Talentförderung
- Prüfung von Lösungswegen im Rahmen des Fachkräftemangels: Ausbildung, Gewinnung und innovative Servicelösungen (etwa zum Schultern erhöhter Service-Volumina, siehe Service Innovationen)

Anmerkung:

Gutes Leadership und die Einbindung der Mitarbeiter sind die Basis für den Kundenerfolg. Involvement und Empowerment motivieren Ihre Mitarbeiter, und steigern die Performance und Vielfalt von innovativen Ideen und Ansätzen.

In der Krise: Führung bekommt in der Krise eine neue Dimension: Schaffen Sie Möglichkeiten für z. B. Home-Office inkl. angepasster Teamkommunikation und Support für die Mitarbeiter in der Umstellung. Neue Ideen und Ansätze sind gerade auch in Krisen ein wichtiger Beitrag.

Nutzen Sie die Möglichkeiten der Krise, um Ihren Service auf den Prüfstand zu stellen. Schwachstellen von Service-Einheiten offenbart die Krise schonungslos: Nun gilt es, diese auszumerzen und für die Zukunft erfolgreich auszurichten.

**MEHR INFORMATIONEN ZUM THEMA
„OPERATIONAL SERVICE EXCELLENCE“
ERHALTEN SIE HIER:**



ÜBER PETER KUHLE

Der Diplom-Betriebswirt (FH) Peter Kuhle ist Interim Manager und Berater aus Bad Honnef. Unter seinem Motto „Field Service & Sales gemeinsam besser machen“ begleitet er Unternehmen in erfolgskritischen Phasen von Wachstum und Wandel. Dabei blickt er auf langjährige Erfahrung in Sales & Service, Transformation & Effizienz und diversen Managementfunktionen bei namhaften Unternehmen aus Konzernen und Mittelstand zurück. Seine Spezialitäten sind Vertrieb, Direktvertrieb, After Sales, Service und technischer Kundendienst. Vor allem für Außendienstorganisationen besitzt er besondere Expertise. Er ist Preisträger des „Interim Management Excellence Awards“ in der Kategorie „Return on Interim Management“, der das Verhältnis der Einsatzkosten zum quantifizierbaren Nutzen beschreibt.

**VEREINBAREN SIE EINEN SERVICE-TERMIN!
IHRE CHECKLISTE, IHRE MASSNAHMEN, IHRE UMSETZUNG.**

Rufen Sie mich an, wenn es darauf ankommt:
+49 (0)151 / 585 80 808

Für signifikante und nachhaltige Verbesserungen bei Umsatz, Ergebnis, Strategie, Organisation, Prozessen, Kunden- und Mitarbeiterzufriedenheit.





PETER KUHLE INTERIM MANAGER



Kontakt

pK Peter Kuhle
Im Gier 34
53604 Bad Honnef
Germany
+49(0)151 58580808
info@peterkuhle.com
www.peterkuhle.com

Mitglied der

DDIM.

Dachgesellschaft Deutsches
Interim Management e.V.



Impressum

Design & Realisation:
www.medeya.de

Fotografie , Stockbilder:
Kornelia Danetzki

Titelbild, Bilder Seite 2 und 4:
shutterstock: jamestehart,
Chubykin Arkady, Gorodenkoff