

WIEDERENTDECKUNG DES KUNDEN

STEIGENDE KUNDENBEDÜRFNISSE, KOSTENDRUCK UND FOLGEN DER GLOBALISIERUNG ZWINGEN IMMER MEHR INDUSTRIEUNTERNEHMEN ZU EINER GRUNDLEGENDEN ÜBERPRÜFUNG IHRES AFTER-SALES-SERVICE. SCHNELLERE REAKTIONSZEITEN BEI GLEICHZEITIGER ERTRAGS- UND EFFIZIENZSTEIGERUNG – SO LAUTET DIE ERFOLGSFORMEL.

VON MICHAEL GOTTWALD

Diverse Umfragen der SoftSelect GmbH in den Jahren 2003/2004 haben gezeigt, dass Kunden kürzere Reaktionszeiten, eine verbesserte Erreichbarkeit und damit schlankere Prozesse seitens ihrer Lieferanten erwarten. Nach ihren Alleinstellungsmerkmalen gefragt, werden von den Verantwortlichen in der Regel Produkteigenschaften wie Technologievorsprung, Qualität und so weiter genannt. Weniger als ein Drittel stellt die Fähigkeit, Produkte optimal auf den Kunden abstimmen zu können, in den Vordergrund. Und nur drei Prozent der Befragten identifizieren ihre Service-Kompetenz als Wettbewerbsvorteil.

Durch die Erschließung neuer globaler Märkte werden hergestellte Produktionsanlagen in unterschiedlichen Teilen der Welt eingesetzt. Oft müssen, trotz geringer Produktstückzahlen, große Distanzen zum Kunden innerhalb kürzester Zeit überwunden, vielfältige Fachgebiete abgedeckt und teure Betriebsmittel eingesetzt werden. Besonders bei mittelständischen Unternehmen steht daher die Frage einer ökonomischen Kundenbetreuung auf hohem Qualitätsniveau im Vordergrund.

Der Kundenservice dient(e) in vielen Betrieben lediglich zur Unterstützung des Produktvertriebs. Durch das Zusammenwachsen von Maschinen und Industrieanlagen zu immer komplexeren Systemen entstehen neue Kollaborationsformen zwischen Kunden und Herstellern, zum Beispiel in Form von Unternehmensnetzwerken für die Leistungserbringung. In diesem Zusammenhang haben der Informationsaustausch und die Eignung der Informationssysteme an Bedeutung gewonnen.

Bei der Auswahl von Kundendienstlösungen ist ein Entscheidungskriterium die zentrale Datenhaltung von Standardapplikationen, die einen globalen Zugriff sämtlicher Prozessteilhaber ermöglichen (das heißt via Internetbrowser, Handy, PDA usw.). Eine direkte Systemanbindung der zu betreuenden Maschinen und Anlagen bietet ebenfalls zusätzliche Möglichkeiten, zum Beispiel automatische Warnmeldungen oder Remote-Überwachung.

Unternehmen sehen nicht die Fähigkeit, Produkte optimal auf den Kunden abstimmen zu können, oder ihre Service-Kompetenz als Wettbewerbsvorteil.

Service-Portale können zielgruppenspezifische Ausprägungen haben, was Branchen, Kunden oder Märkte betrifft. Basierend auf Internettechnologie bieten diese Systeme vielfältige Funktionen für die relevantesten Abläufe im Servicegeschäft. Sie erlauben neben Planung und Führung der Servicetechniker auch:

- Konfigurationsmanagement: Historie, Daten und Dokumente zu Maschinen/Anlagen
- Kontaktmanagement: CRM, Helpdesk, Vertragsverwaltung usw.
- Einsatzabwicklung: mobile Anbindung der Servicetechniker
- Ersatzteillogistik: direkte Identifikation und Bestellung durch den Kunden
- Knowledge Management: Synergien durch Wissenstransfer im gesamten Servicenetz.

Bei der Auswahl eines Service-Management-Systems sollten Unternehmen die Anbieter genau überprüfen, was ihre wirtschaftlichen

Basis, strategische Ausrichtung, Entwicklungsphilosophie und ihr technisches Know-how betrifft. Einen herstellernerneutralen Überblick über das Angebot und Hilfe bei der Auswahl von Geschäftsapplikationen bietet die kostenlose Matching-Plattform SoftSelect (www.softselect.de).

Die Lösungen können, je nach Historie und Schwerpunkt der Anbieter, in drei verschiedene Gruppen eingeteilt werden: reine Stand-alone-Lösungen, ERP-Systeme

mit einem Service-Modul und CRM-Produkte mit Servicefunktionskomponenten, letztere jedoch häufig mit Presales-Schwerpunkten.

Fortschrittliche Lösungen, zum Beispiel das speziell als Stand-alone-System entwickelte Actricity Service Portal (www.actricity.de), das an bestehende ERP-Systeme angedockt werden kann, oder FlexNet E-Service (www.untersee.com), das speziell für SAP R/3-Umgebungen konzipiert wurde, bieten hier konkrete und leistungsfähige Alternativen.

Innerhalb der ERP-Systeme fielen besonders die Service-Module der Produkte IFS Applications (www.ifsde.com), P2Plus (www.ap-ag.com), oxaion (www.command.de), IBS Service (www.ibs-software.de) und SO: Business Software (www.godesys.de) durch ihre umfassenden Funktionsmerkmale auf.

Michael Gottwald ist Geschäftsführer der Unternehmensberatung SoftSelect GmbH in Hamburg.