



Service Excellence statt Servicewüste

Warum Kundenservice und Field Service
Management digital werden müssen

www.btc-ag.com

BTC

1 Herausforderungen für den Service

Branchenübergreifend gehen immer mehr Unternehmen dazu über, ihr Serviceangebot auszuweiten, um neue Umsatzpotenziale zu erschließen. Was im ersten Moment plausibel klingt und dementsprechend verlockend ist, erweist sich in der Realität als eine große Herausforderung, existieren doch einige Megatrends, die dem Service zu schaffen machen:

- **Digitalisierung.** Der technologische Fortschritt macht Serviceprozesse besser und effizienter – die Messlatte liegt entsprechend hoch.
- **Globalisierung.** Die Erwartungen an eine hohe Servicequalität gleichen sich weltweit an.
- **Wissenswachstum.** Komplexer werdende Maschinen und Anlagen erfordern komplexere Serviceleistungen, was einen erhöhten Aus- und Weiterbildungsbedarf mit sich bringt.
- **Demografischer Wandel.** Insbesondere in den Industrienationen ist der Fachkräftemangel längst Wirklichkeit.
- **Veränderte Erwartungshaltungen.** Auf Kundenseite haben sich branchenübergreifend die Erwartungen und das Verhalten innerhalb weniger Jahre dramatisch gewandelt.





All die genannten Herausforderungen machen neue Lösungsstrategien erforderlich. Im Blickpunkt steht dabei die Kundenzufriedenheit: Nur jene Innovationen im Service tragen zum Unternehmenserfolg bei, die die Bedürfnisse des Kunden in den Mittelpunkt stellen. Doch was wünscht sich der Kunde von heute?

Serviceleistungen müssen **schnell** und **präzise** erbracht werden – auf keinen Fall sollte es z. B. zu längeren Stillstandszeiten im Anlagenbetrieb kommen. Zu einer geringen Servicekomplexität trägt auch **Eindeutigkeit** bei; Aussagen und Versprechungen sollten ein Höchstmaß an Verlässlichkeit und Präzision bieten. Ein weiterer wichtiger Faktor ist **Erreichbarkeit**: Egal auf welchem Kanal – der Trend geht klar in Richtung 24/7 und weg von langen Warteschleifen. Weitere Faktoren, die an Bedeutung gewinnen, sind **Transparenz** und **Selbstverantwortung** bzw. Selbständigkeit auf Kundenseite. **Last but not least: Freundlichkeit** muss im Service eine Selbstverständlichkeit sein.

Mit welchen Instrumenten kann nun die Kundenzufriedenheit optimiert werden? Was hilft dabei, die genannten Anforderungen bestmöglich zu erfüllen? Insbesondere eine zeitgemäße Software für den Service wird dabei zum Mittel der Wahl. Sie unterstützt dabei, Servicelandschaften an die Ansprüche der Zeit anzupassen und einheitliche Prozesse im Kunden- und Field-Service zu schaffen. Im folgenden E-Book schauen wir uns deshalb die Trends im modernen Service genauer an und zeigen, wie moderne Software dabei hilft.

2 Was modernen Service ausmacht

Service Excellence lautet das Gebot der Stunde: Diese Forderung steht über allen Eigenschaften, die ein moderner Service innehaben soll. Doch was bedeutet dieser Begriff genau?

„Service Excellence bezeichnet herausragende Leistungen im Kundenservice und Außendienst, die zu meisterlichen Ergebnissen führen sowie die Erwartungen des Kunden übertreffen und ihn idealerweise positiv überraschen.“

Ronny Harders, Sales Representative

Es gibt verschiedene Bausteine, mit denen Service Excellence erreicht werden kann:

An erster Stelle steht **Customer Centricity**. Grundsätzlich sollen dieser Idee nach alle Prozesse und Strukturen eines Unternehmens vollständig auf die Bedürfnisse der Kunden ausgelegt werden. Betroffen sind davon sämtliche Mitarbeiter. Allerdings geht es nicht darum, Servicekosten ins Uferlose zu treiben oder zweifelhafte Kundenwünsche unhinterfragt zu erfüllen.



Wie erzielt man eine hohe Kundenzufriedenheit? Mehr dazu im Whitepaper des KVD Service-Radar: [Jetzt lesen](#)



Daneben spielt **die Vereinfachung von Produkten und Dienstleistungen** eine große Rolle. Komplexe Erzeugnisse oder Dienstleistungen, die alles andere als plausibel sind, werden zunehmend kritisch hinterfragt und haben deshalb am Markt perspektivisch keine Chance mehr. Auch verschachtelte oder langatmige Prozesse werden nicht mehr akzeptiert. **Automatisierung** kann dabei unterstützen, Abläufe für beide Seiten effizient zu gestalten.

Ein weiterer wichtiger Punkt ist die **Verfügbarkeit** von Serviceleistungen. Das gilt z. B. für die Zeiten – idealerweise soll der Service an sieben Tagen die Woche rund um die Uhr ansprechbar und verfügbar sein. Um das gewährleisten zu können, muss der Austausch mit den Kunden an allen Stellen auf der Customer Journey möglich sein – **Omnichannel-Kommunikation** ist erforderlich.

Hinzu kommt der Trend zur **Network Economy**: Dahinter verbirgt sich der Gedanke, dass Unternehmen in kollaborativen Netzwerken gemeinsam Dienstleistungen erbringen und nicht nur digital immer enger zusammenarbeiten. Voraussetzung dafür sind entsprechende Formen der Zusammenarbeit, unterstützt durch nutzerfreundliche Software.



Gerade im **technischen Service** gibt es einige zusätzliche Anforderungen an zeitgemäße Serviceleistungen. Dazu zählt insbesondere eine maximale First-Time-Fix-Rate, also eine schnelle Problemerkennung und -lösung. Daneben werden Self-Services mit leichter Handhabung für den Kunden immer wichtiger; ein Beispiel hierfür ist One-Click-Order. Nicht zuletzt spielt auch das Thema Nachhaltigkeit eine immer größere Rolle.

Last but not least: Zufriedene Kunden werden nur dann erreicht, wenn auch **Mitarbeiter zufrieden** sind. Eine hohe Motivation, Identifikation mit dem Unternehmen und Spaß an der Arbeit sind wesentliche Voraussetzungen für erfolgreiche Serviceleistungen.

Um all diese Anforderungen erfüllen zu können, braucht es eine zeitgemäße Software für den Service. Ob Kommunikation, Automatisierung oder Customer Centricity: Solche modernen Lösungen enthalten alle relevanten Kunden- und Field-Service-Prozesse und integrieren sie nahtlos in die IT-Landschaft des Gesamtunternehmens. Nicht zuletzt arbeiten Mitarbeiter vorzugsweise mit einer aktuellen Software, was sich ebenfalls auf die Kundenzufriedenheit auswirkt.



3 Service Excellence – wo anfangen?

Service Excellence ist eine vielschichtige Angelegenheit, und viele Verantwortliche stellen sich dementsprechend die Frage, an welcher Stelle sie ansetzen sollen. Es gibt einige Technologien, die zu einem wichtigen Baustein von Service Excellence im Kunden- und Field-Service werden können – ein paar Beispiele:

Nicht nur in der Entwicklung, sondern auch im Service und insbesondere im Außendienst kommen **digitale Zwillinge** vermehrt zum Einsatz. Grundlage hierfür sind IoT, Big Data und Data Lakes. Mit digitalen Zwillingen können etwa Wartungszyklen von Maschinen prognostiziert oder im Schadensfall virtuelle Diagnosen durchgeführt werden.



Self-Service-Portale bzw. Customer-Self-Services ermöglichen Kunden eine weitestgehend selbständige Problemlösung. Solche Services bieten einen Zugriff auf konsistente und transparente Daten zu Maschinen und Anlagen oder zu Serviceanfragen sowie deren Status.

Unternehmen profitieren von einer Service-Software, die ein vollständig **digitales Management des Außendienstes** gestattet. Das sorgt für mehr Effizienz in der Planung und Steuerung von Einsätzen.



Von besonderem Vorteil ist zudem eine **anlagenzentrierte Software**. Mithilfe von Echtzeitdaten bleibt die Einsatzbereitschaft von Maschinen jederzeit im Blick. Darüber hinaus haben Anwender z. B. Anleitungen rund um die Uhr zur Hand.

Auch im Service sind **Machine Learning** und **künstliche Intelligenz (KI)** Megatrends, die bereits in der Praxis angekommen sind. Mit KI kann beispielsweise ein **automatisiertes Ticket-Routing** oder eine **automatische Anruferkennung** eingerichtet werden. Zunehmend Verbreitung finden auch **Chatbots** zur autonomen Beantwortung von Kundenanfragen. Möglich ist zudem ein **Condition Monitoring** mit Anomalie-Erkennungssystemen: Dabei werden Maschinen und Anlagen überwacht und Fehler frühestmöglich erkannt.

4 Zeitgemäße Serviceprozesse: Use Cases?

Grau ist alle Theorie, und aus diesem Grund sollen an dieser Stelle exemplarisch zwei Use-Cases für den Service vorgestellt werden. Zentrale Frage dabei: Wie kann jeweils ein moderner Serviceprozess aussehen?

In beiden Fällen wird ersichtlich, wie wichtig klare Abläufe und fundierte Entscheidungen für eine zeitnahe und umfassende Serviceleistung sind. Um an jeder Stelle des Prozesses Medien- oder Kommunikationsbrüche zu vermeiden, ist maximale Effizienz erforderlich. Wie das gelingt? Mit moderner Software.

Use Case 1: Serviceleistung auf Anforderung

Ein Unternehmen aus dem Anlagenbau integriert eine neue Maschine in den bestehenden Anlagenpark. Nach Ablauf der Garantiezeit tritt eine Störung auf. Der Betreiber meldet den Fehler an den Hersteller bzw. an dessen Kundendienst. Dieser verschickt per Mail eine Empfangsbestätigung der Störungsmeldung an das Unternehmen. Sobald der Maschineneigentümer bestätigt hat, dass die Störung weiterhin vorliegt, legt der Service ein entsprechendes Reparaturangebot vor. Nach Bestätigung durch den Kunden wird ein Serviceauftrag generiert; entsprechende Leistungen sowie Ersatzteile werden eingeplant. Letztere werden u. a. auf Verfügbarkeit hin überprüft und ggf. nachbestellt. Parallel dazu

wird ein geeigneter Techniker nach Qualifikation, Standort und Terminkapazitäten ausgewählt. Anschließend wird der Kunde mit allen Informationen zum Vor-Ort-Termin versorgt. Ist die Reparatur durchgeführt, meldet der Techniker seine Leistungen, verwendete Ersatzteile, Reisekosten und Fahrtstrecke an sein Unternehmen zurück und lässt sich seinen Einsatz vom Kunden mit einer elektronischen Unterschrift unter den Servicebericht bestätigen. Danach prüft und genehmigt der Servicemanager den Serviceauftrag. Eine Rechnung wird erstellt und dem Kunden zugesendet.

Use Case 2: Wartungsleistung dank Servicevertrag

Zusammen mit dem Kauf einer Containerbrücke schließt ein Hafentlogistikunternehmen einen langfristigen Wartungsvertrag mit einem Serviceunternehmen ab. Vor der Vertragsunterzeichnung überprüft das Serviceunternehmen das Kreditlimit des Vertragspartners. Anschließend wird für die Maschine ein Wartungsplan auf Basis der Betriebsstunden erstellt; Zählerstände und relevante Daten werden regelmäßig systemgestützt erfasst. Wiederkehrende Serviceaufträge werden mit vordefinierten Wartungsaufgaben, Fertigungshilfsmitteln und notwendigen Ersatzteilen generiert. Geplante, aber nicht lagerhaltige Ersatzteile werden vom bevorzugten Lieferanten bezogen und direkt an

den Kunden geliefert, um Verzögerungen zu vermeiden. Parallel dazu disponiert der Serviceplaner den entsprechenden Auftrag. Daraufhin wird der technische Außendienst aktiv und führt den Auftrag durch. Die benötigte Arbeitszeit und Ersatzteile werden an das Servicemanagement rückgemeldet. Für Ersatzteile, die im Rahmen der Gewährleistung ausgetauscht wurden, wird ein Lieferantengewährleistungsanspruch gegenüber dem Komponentenhersteller geltend gemacht. Zugleich genehmigt der Servicemanager den durchgeführten Serviceauftrag und gibt sie zur Kundenabrechnung frei. Zum Schluss werden Einnahmen und Ausgaben an die Finanzabteilung übermittelt.

5 Fazit: Warum Unternehmen für den Service eine moderne Software brauchen

Alles in allem zeigt sich, dass moderne Technologien ein riesiges Potenzial für einen modernen Service bieten. Die Voraussetzung dafür: eine entsprechende Software, die die Anforderungen von Kunden und Anwendern gleichermaßen erfüllt.

Wenn Unternehmen die Digitalisierung ihres Servicebereichs angehen, sollten sie insbesondere einen Punkt im Blick behalten: Eine moderne Software für den Service sollte eine einheitliche IT-Plattform darstellen, auf der sämtliche Serviceprozesse abgebildet werden. Nur so erhalten Verantwortliche eine durchgängige 360-Grad-Sicht auf den Kunden, nahtlose Prozesse sowie eine für alle Beteiligten transparente Datenlage.

Gerade im Service ist es ein großer Mehrwert, wenn Hersteller, Betreiber und Serviceerbringer gleichermaßen Maschinen- und Anlagendaten oder auch eine Wartungs- und Schadenshistorie einsehen können. Eine solche Software ist zudem Voraussetzung für subscriptionsbasierte Geschäftsmodelle und Mehrwerte durch Big Data. Im besten Fall gelingt der Durchbruch zur Plattform Economy.



Was ist Plattform Economy und wie profitieren Unternehmen davon?

[Mehr davon bei computer & automation](#)

Es zeigt sich: Technologie bringt jede Menge Fortschritt, auch im Service. Eine moderne Service-Software hilft deshalb beiden Seiten: Serviceunternehmen arbeiten effizienter und steigern ihre Produktivität, Kunden gewinnen an Selbständigkeit und Zufriedenheit.



Ihr Ansprechpartner:

Ronny Harders
Dipl. Kfm.
Sales Representative

www.btc-ag.com

Über BTC

Die BTC Business Technology Consulting AG ist eines der führenden IT-Consulting-Unternehmen in Deutschland (Hauptsitz Oldenburg).

Das Dienstleistungsangebot reicht von der Prozessberatung über die Systemeinführung und -integration bis zum Applikations- und Systemmanagement. Branchenschwerpunkte liegen in den Bereichen Energie, Industrie und Dienstleister, Öffentlicher Sektor und Telekommunikation.



BTC

BTC AG

Escherweg 5
26121 Oldenburg
Deutschland

www.btc-ag.com