

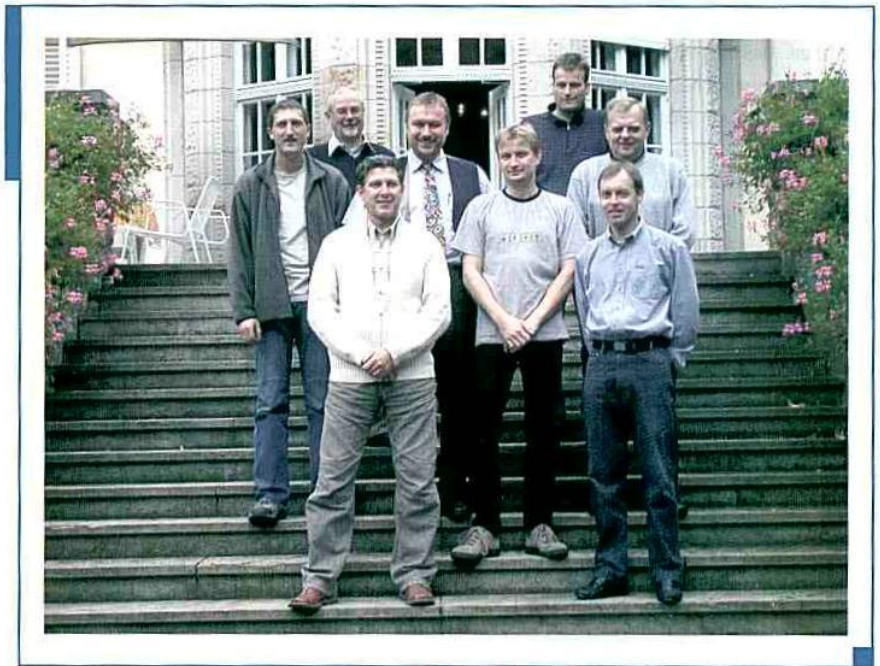
ThyssenKrupp Technologies verstärkt die Ausbildung für Servicetechniker

Autorin: Anja Kühner, Journalistin

Auch bei ThyssenKrupp Technologies (TKT) wird der Bereich Service immer wichtiger. Nun hat TKT eine spezielle mehrstufige Ausbildung für Servicetechniker ins Leben gerufen. Die Essener Unternehmensgruppe hat sich dabei für Wiesend & Partner – Die Kundendienst-Trainer entschieden: „Die Nähe zur Praxis war entscheidend“, begründet Martin Hilbig, Leiter der Zentralabteilung Führungskräfteentwicklung bei TKT, die Auswahl der Bayreuther Trainer.

„Traditionell ist unser Unternehmen produkt- und technologieorientiert“, beschreibt Hilbig die ThyssenKrupp Technologies. „Doch ein aktuelles Strategieziel ist es, den Anteil der Dienstleistungen im Gesamtumsatz zu erhöhen.“

Dazu müssen andere Verkaufsstrategien her und die Servicetechniker sollen sich ihrer veränderten Position auch bewusst werden. „Service-Wartungsverträge beispielsweise wurden auch von uns schon immer angeboten, aber oft fehlte die Systematik dahinter“, erläutert Hilbig. Häufig seien vom Kunden gewünschte Dienstleistungen nicht gesondert in Rechnung gestellt worden. Das kann sich das im internationalen Wettbewerb stehende Unternehmen nicht mehr leisten. Speziell auf die Bedürfnisse der Servicetechniker zugeschnittene Schulungen helfen weiter.



Daher hat TKT ein nicht produktbezogenes Ausbildungsprogramm von Wiesend & Partner ausarbeiten lassen, an dem allein in 2003 etwa 110 Servicetechniker teilgenommen haben.

Allein mit dem anspruchsvollen und fordernden Kunden

„Die Techniker sind vor Ort beim Kunden häufig in starken Belastungssituationen. Sie stehen alleine da und müssen Dinge ausbaden, die etwa der Vertrieb möglicherweise leichtfertig versprochen hat“, weiß auch Martin Wiesend, Chef der Wiesend & Partner – Die Kundendienst Trai

ner. Der Servicetechniker werde vom Kunden für Störungen an der Maschine verantwortlich gemacht. „Wichtig ist dabei, dass er sich –obwohl er mit der Maschine oft dann in Kontakt kommt, wenn mal etwas nicht funktioniert – immer mit dem Produkt identifiziert“, berichtet Hilbig.

Für TKT ist es entscheidend, dass eine Rückkopplung in den eigenen Vertrieb und die eigene Fertigung erfolgt. „Der Servicetechniker sollte auch die Nutzernargumentation für den Kauf anderer Leistungen beherrschen“, sagt Hilbig. „Er kann zum Beispiel den Kunden beraten, dass ein anderer Wartungsvertrag vorteilhafter sei oder Vorsorge-Reparaturen sinnvoll, um Störungen erst gar nicht

aufkommen zu lassen.“ Die gesteigerte Kundenorientierung hilft so bei den Partnern. Auch der Vertrieb seinerseits sollte jedoch bereit sein, in Dialog mit dem Service zutreten, um von ihm zu lernen“, stellt der Trainer Martin Wiesend heraus. Seiner Erfahrung nach seien die Mauern zwischen den einzelnen Bereichen in manchen Unternehmen oft erstaunlich hoch. Dabei könne doch jeder nur von den Erfahrungen der anderen profitieren.

Servicemotivation verstärken

Diese vielschichtigen Aufgaben des Technikers werden in der dreischichtigen Seminarreihe von Wiesend & Partner geschult. In der ersten Seminarstufe steht bei der ThyssenKrupp Technologies Servicetechniker-Ausbildung die Service-Kommunikation im Vordergrund. „Vertrauensfördernde, lösungsorientierte Gesprächsführung kann man lernen“, bekräftigt Wiesend. „Denn wer aus Unsicherheit oder Konfliktscheu lieber abwartet, bis der Kunde von sich aus mit dem Problem kommt, gibt das Heft aus der Hand. Damit ist weder dem Kunden noch dem Lieferanten geholfen. Nur durch bewusstes Einüben wird verhindert, dass man nicht in die uralten Reflexe von Flucht oder Gegenangriff zurückfällt.“ In der zweiten Trainingsstufe werden die Techniker daher geschult, Konfliktgespräche zu führen. Durch das ständige Üben können die Seminarteilnehmer am eigenen Leib spüren, ob ein Vorgehen wirksam ist oder nicht – und damit ihre häufig vorhandenen eigenen Vorbehalte den Schulungen gegenüber abbauen. „Die Seminarinhalte orientieren sich direkt an der täglichen Praxis der Teilnehmer und sind keine graue Theorie“, bestätigt Hilbig. Anfang 2004 startet bei TKT die Seminarreihe mit den Modulen rund um Selbstmanagement und Servicemotivation. Hilbig betont: „Das ist uns sehr wichtig. Dem Servicetechniker fehlt oft die tägliche Einbindung in den eigenen Betrieb. Vor Ort arbeitet er unter hohem Druck.“

Das Umsetzen des in den Seminaren erlernten Wissens in die tägliche Praxis ist nicht immer einfach. Zielvereinbarungs-, Vorbereitungs- und Rückkehrgespräche durch die Vorgesetzten sollen sowohl die Lernziele als auch ein Feedback der Seminarteilnehmer enthalten. „Diese Gespräche sind das zentrale Bildungscontrolling im Nachhinein“, erläutert Hilbig.

Die Praxisrelevanz der Seminarinhalte beurteilen die Teilnehmer von TKT durchweg positiv. Durch vorherigen Kontakt des Seminarleiters mit einigen Teilnehmern wird beispielsweise sichergestellt,

dass eigene Fallbeispiele ins Seminar eingebracht werden. An Wiesend & Partner hat TKT vor allem die lange Erfahrung gefallen. „Und natürlich das flexible Eingehen auf unsere Wünsche“, bekräftigt Hilbig.

ThyssenKrupp Technologies gehört zum ThyssenKrupp Konzern. Es repräsentiert ein Umsatzvolumen von rund sechs Milliarden Euro jährlich und beschäftigt weltweit etwa 32.000 Mitarbeiter.

Zu TKT gehören unter anderem die Werften von Blohm & Voss, der Karosseriebauer Nothelfer, der Chemie- und Anlagenbauer Uhde, die im Bereich der Zement- und Mineralindustrie tätige Polysius, der weltweit größter Hersteller von Großwälzlager Rothe Erde, sowie die Bereiche Transrapid, Stahlbau und Elastomertechnik.

Martin Wiesend



Ähnlich wie für ThyssenKrupp Technologies entwickelt Martin Wiesend & Partner für jedes Unternehmen spezifische Seminare.

Weitere Informationen

Martin Wiesend & Partner
Die Kundendienst-Trainer
Jakobstr. 24
95447 Bayreuth
Tel: 0921/ 980324
Fax: 0921/ 970023
E-Mail: info@kundendienst-trainer.de