

AFTER SALES SERVICE MANAGEMENT

„STRATEGIEN FÜR NACHHALTIGES WACHSTUM IM AFTER-SALES-SERVICE“ – OPTIMIERUNG VON PROZESSEN, STEIGERUNG DER KUNDENZUFRIEDENHEIT UND UMSATZPOTENTIALE IM SERVICEBEREICH.

„WACHSTUMSPOTENTIAL - AFTER SALES SERVICE“

Wie laufen die unternehmensinterne Prozesse in einem Unternehmen? Wie schafft ein Unternehmen eine visionäre Strategie in das tägliche Tun im Service zu implementieren? Die Schlagworte wie „das erste Produkt verkauft der Verkauf, alles weitere macht der Service“ oder „**Service ist wichtig**“ müssen von jeder Mitarbeiterin und jedem Mitarbeiter im technischen Service auch verstanden und gelebt werden, damit eine Wachstumsstrategie im After Sales Service-Bereich erfolgreich umgesetzt werden kann und es nicht nur bei Schlagworten und leeren Worthülsen bleibt.

Service ist nicht nur der Verkauf von Reparaturen und Ersatzteilen, sondern ermöglicht über eine proaktive Herangehensweise eine Vielzahl von **neuen Geschäftsmöglichkeiten**. Dazu müssen allerdings einige grundlegende Faktoren beachtet werden. Die Servicestrategie im Unternehmenskontext ist immer eng mit der Gesamtstrategie verbunden und legt den Fokus auf **Effizienzsteigerung, Digitalisierung und neue Serviceangebote**.

Ein professionelles After-Sales-Service-Management steigert nicht nur die **Kundenzufriedenheit**, sondern trägt auch maßgeblich zum **wirtschaftlichen Erfolg** des Unternehmens bei – allerdings nur, wenn die Akteure in einer Serviceorganisation auch alle am gleichen Strang ziehen.

Ziel der Kursreihe ist es daher, den KursteilnehmerInnen ein Tool-set und eine systematische Herangehensweise zu vermitteln. Die TeilnehmerInnen erhalten dabei einen **fundierten Gesamtüberblick** über die Grundsätze der Strategieumsetzung mit Wachstumsmöglichkeiten im Service-Bereich und sind somit in der Lage die Zusammenhänge der unterschiedlichsten **täglichen Anforderungen** im Service, **Lösungsansätze und Lösungen** für die unterschiedlichsten individuellen Themen und Problemstellungen zu erarbeiten.

Beteiligte der Serviceorganisation **werden** damit **zu Akteuren** für ein erfolgreiches Wachstum im technischen Service.

AFTER SALES SERVICE MANAGEMENT BEDEUTET:

- Bewusste Steuerung der Aktivitäten nach Verkauf von Produkten;
- Potentiale zur Umsatzsteigerung erkennen
- Kundenzufriedenheit erhöhen
- Service als "USP" für die gesamte Organisation
- Unternehmensinterne Abläufe verstehen; After Sales-Potential erkennen;

Ein generelles Verständnis für den erfolgreichen Aus- und Aufbau der Serviceorganisation - ausgehend vom aktuellen Stand und den täglichen Anforderungen im Tagesgeschäft ist die Basis eine erfolgreiche Wachstumsstrategie im Service umzusetzen.

DAUER

- 6 Module

LINK ZU DEN TERMINEN

- Termine auf Anfrage

ZIELGRUPPEN

- Mitarbeiter im Service Innendienst und Außendienst
- Führungskräfte im Service
- Mitarbeiter im Sales

TEILNEHMER

- Präsenz: max. 10 Personen

VERFÜGBAR

- als INHOUSE-Seminar
- im Präsenzformat

[Details auf unserer Homepage](#)



AFTER SALES SERVICE MANAGEMENT

„STRATEGIEN FÜR NACHHALTIGES WACHSTUM IM AFTER-SALES-SERVICE“ – OPTIMIERUNG VON PROZESSEN, STEIGERUNG DER KUNDENZUFRIEDENHEIT UND UMSATZPOTENTIALE IM SERVICEBEREICH.

DIESE KURSSERIE RICHTET SICH AN FOLGENDE ZIELGRUPPEN:

- KMU mit Kundenkontakt in der Nachbetreuung
- Betriebe mit Garantie und Gewährleistungsverpflichtung
- Technischer Support, Kundendienstleiter/-innen, Servicetechniker/-innen
- Service-Mitarbeiter/-innen (mit und ohne Führungsverantwortung)
- Firmen, die Potential zur Umsatz- und Ertragssteigerung über nachhaltige After Sales-Produkte und Prozesse erkennen
- Firmen, die die Kundenbindung über den Service-Bereich erhöhen wollen

Kurs 1: Serviceprozesse

Dauer: 1 Tag

- Prozessdefinition
- Prozesse erkennen und abbilden
- Kunden & Kundenanforderungen
- Prozessdarstellung
- Prozesserstellung
- Messgrößen und Effizienzkriterien
- Prozessoptimierung & Problemlösung
- Prozesskosten & Ableitungen

Kurs 3: Ersatzteilverfügbarkeit

Dauer: 1 Tag

- Lagerkennzahlen
- ABC-Analyse
- Preisfindung für Ersatzteile
- Verfügbarkeit vs Kosten

Kurs 2: Operative Steuerung – Kennzahlen

Dauer: 1 Tag

- Was bedeutet „Erfolg“ im Service?
- Wie messe ich „Erfolg“ im Service?
- Service-Kennzahlen und Kennzahlensysteme
- Erkennen von Abweichungen und Maßnahmen zur

Kurs 4: Servicestrategie im Unternehmenskontext

Dauer: 1 Tag

- Vision – Strategie – Ziele – Maßnahmen
- Tools zur Analyse für Serviceorganisationen
- Ableitung von Maßnahmen – SMART
- Ableitung der Servicestrategie aus der Unternehmensstrategie

STIMMEN UNSERER TEILNEHMER

„Ein sehr lehrreiches Seminar, bei dem die wesentlichen Zusammenhänge einer funktionierenden Serviceorganisation im erklärt werden“

IHR ANSPRECHPARTNER

KDT GmbH
Die Kundendienst-Trainer
Kurze Str. 7
89522 Heidenheim an der Brenz
Tel +49 921 980 324

info@kundendienst-trainer.de
www.kundendienst-trainer.de



AFTER SALES SERVICE MANAGEMENT

„STRATEGIEN FÜR NACHHALTIGES WACHSTUM IM AFTER-SALES-SERVICE“ – OPTIMIERUNG VON PROZESSEN, STEIGERUNG DER KUNDENZUFRIEDENHEIT UND UMSATZPOTENTIALE IM SERVICEBEREICH.

SERVICE-INNENDIENST, SERVICE-AUBENDIENST, SERVICE-VERTRIEB

STIMMEN UNSERER TEILNEHMER

„Ein sehr lehrreiches Seminar, bei dem die wesentlichen Zusammenhänge einer funktionierenden Serviceorganisation im erklärt werden“

IHR ANSPRECHPARTNER

KDT GmbH ■
Die Kundendienst-Trainer
Kurze Str. 7
89522 Heidenheim an der Brenz
Tel +49 921 980 324

info@kundendienst-trainer.de
www.kundendienst-trainer.de

Kurs 5: Wachstum, Strategie und Dienstleistungsportfolio

Dauer: 1 Tag

- Wachstumsstrategien im Service
- 4 P's des Marketingmixes
- Umsatzwachstum
- Aktive Vermarktung von Service und Serviceprodukten
- Aktive Kundenbindung aufbauen
- Kostensenkungspotentiale
- Gewährleistung, Garantie, Kulanz
- Vertragsmanagement
- Organisations- und Prozessoptimierungsmaßnahmen
- Partnermanagement
- Beschwerdemanagement

Nutzen aus Unternehmenssicht:

- Tiefes Verständnis der Zusammenhänge von Abläufen und Prozessen im Service
- Ertragssteigerung, Umsatzsteigerung durch gezielte After-Sales-Prozesse und Produkte
- Kundenbindung aufbauen, vertiefen und verbessern
- Verständnis von MitarbeiterInnen über nachhaltige After-Sales-Service-Prozesse ausbauen
- Die wesentlichen unternehmensinternen Zusammenhänge und Wechselwirkungen der verschiedenen Abteilungen (Finanz, Vertrieb, Qualität, Entwicklung, ..) verstehen
- Best Practice – Austausch
- Konkrete Erarbeitung von individuellen Maßnahmen zur Optimierung / Verbesserung der eigenen Organisation

Aufbau / Upgrade:

Individuelle Beratung zu speziellen Themen aus den unterschiedlichsten Kursen;
Individuell, auf die jeweilige Organisation abgestimmte Kurssegmente

Kurs 6: Individuelle Themen und Verbesserungspotentiale

Dauer: 1 Tag

- Individuelle Erarbeitung von unternehmensinternen Maßnahmen zur Umsatzsteigerung, Ergebnisverbesserung, oder Erhöhung der Kundenzufriedenheit
- Kurzpräsentationen

Direkt zu
[Anmeldung oder](#)
[Reservierung](#)

