

Menschliche Komponente ist beim Kunden entscheidend

Wintersteiger könnte es sich in seiner Nische bequem machen. Das mittelständische österreichische Unternehmen ist unter anderem Weltmarktführer bei Ski-servicemaschinen. Doch Kundendienstleiter August Wimmer prophezeit: „Besonders im Engineering-Bereich in Asien, wo Wintersteiger Maschinen an die Holzindustrie verkauft, werden bereits Maschinen nachgebaut. Der Druck auf unsere Marktnische wird kommen.“

„Nur die menschliche Komponente ist entscheidend, ob der Kunde bleibt“, ist Wimmer überzeugt. Ein Unternehmen könne nur durch die Nachbetreuung punkten. Besonders Techniker, die in ihrem Fach herausragend sind, seien oft nur auf die Technik konzentriert und legten wenig Wert auf die menschliche Kundenbeziehung. Als Folge machte es sich Wimmer zum Ziel, die Wichtigkeit dieser Beziehung herauszustellen.

Wimmer suchte nach einem Anbieter für Schulungen. Fündig wurde er bei Wiesend & Partner. Die Kundendienst-Trainer haben neben dem Maschinenbau u.a. viel Erfahrung mit Schulungen bei Ausbildungen zum Kfz-Service-techniker. „Klar gibt es auch Anbieter in diesem Bereich in Österreich“, sagt Wimmer. Doch die hätten keine vergleichbare Expertise zu bieten: „Ausschlaggebend für die Entscheidung für Wiesend & Partner war deren Erfahrung in der Autobranche.“ Wiesend & Partner schulen nicht nur die deutschen Servicetechniker von Wintersteiger, sondern auch am österreichischen Hauptsitz. Regelmäßig überprüft Wintersteiger die Leistungen des Kundendienstes durch Fragebögen. „Ein Techniker sollte nicht nur die Maschinen warten und reparieren können, sondern vor allem den Kunden beraten“, erklärt August



August Wimmer arbeitet erfolgreich mit Wiesend & Partner zusammen. Der Kundendienstleiter der österreichischen Firma Wintersteiger schätzt die Erfahrung der Kundendienst-Trainer.

Wimmer. Durch proaktive Tätigkeiten des Kunden können die Servicetechniker Ausfallzeiten der Maschinen vorbeugend minimieren. Eine fundierte Kenntnis der wirtschaftlichen Aspekte ist für den Kundendienst unerlässlich. „Den Kunden interessiert nicht die Technik an sich, sondern dass die Maschine das tut, was sie soll – und das effizient und ohne Ausfallzeiten“.

Eine kleine Trainings-Firma wie Wiesend & Partner ist flexibler als eine größere. Die Bayreuther schneiderten Weiterbildungsangebote individuell auf die Wintersteiger-Bedürfnisse. „Bisher hat Wiesend & Partner für uns ein Modul einer geplanten mehrstufigen Weiterbildung erstellt“, erläutert Wimmer. „Servicetechniker als Erfolgsfaktor für optimale Kundenbeziehungen“ lautet der Titel der firmeninternen Schulung. Dieses Zwei-Tages-Seminar müsse jährlich aufgefrischt werden, denn im Alltag schleifen sich die eingeübten Verhaltensweisen ab. Ein regelmäßiges Bewusstmachen der Kommunikationsabläufe ist daher empfehlenswert.

Wichtig für den Erfolg des Kundendienstes war auch die Schaffung eines Lohnsystems, das den Kundendienst nicht rein nach Stunden bezahlt. „Auch die Kommunikation muss abgebildet

werden“, sagt Wimmer. Oftmals kämen erst beim vertrauensvollen Kaffeetrinken hintergründige Probleme auf den Tisch. Auch der Zusatzverkauf schlug sich geringer als bei vergleichbaren Abrechnungssystemen anderer Unternehmen nieder. Insgesamt konnte Wintersteiger die Reklamations-Quote in den vergangenen Jahren deutlich senken. Reagierte früher der Außendienst in 80 Prozent der Fälle auf Probleme, liegt diese Quote heute bei 20 Prozent. „Da hat vor allem der Kunde etwas davon – und ist erheblich zufriedener mit unseren Maschinen.“

Wiesend & Partner

Martin Wiesend & Partner bieten Training und Beratung speziell für den Service-Bereich an.

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