Die Kunden-Kompetenz des Technikers entscheidet

Das in vielen Branchen geltende Motto „nach dem Kauf ist vor dem Kauf“ kommt nicht von ungefähr. Längst ist erwiesen, dass der Großteil der Kundenkontakte vieler Unternehmen nicht über den Verkäufer, sondern die technischen Mitarbeiter vor Ort läuft. Das technische Know-how der Servicemitarbeiter ist dabei in der Regel unbestritten – auch zukünftig bleibt es der Nährboden für die Innovationskraft des Unternehmens. Ohne Fachkenntnis ist alles nichts. Aber dennoch: Fachkenntnis ist nicht alles. Ein guter Techniker tut sich manchmal schwer, dem Kunden komplexe Sachverhalte an der Maschine verständlich zu erläutern und ihm die Problemlösung in einer für ihn Nutzen vermittelnden Form zu vermitteln. Er verfällt oft in die Rolle, rein technisch zu argumentieren und vergisst dabei: Der Kunde ist oft kein Experte, sondern lediglich Anwender und Produktnutzer.

Und gerade bei wachsender Produktkomplexität und insbesondere für anspruchsvolle Kunden in Hightech-Branchen ist eben die Kür und nicht die Pflicht entscheidend. Die technische Kompetenz des Servicetechnikers ist nicht das Maß, sondern die selbstverständliche Voraussetzung für Zufriedenheit und Weiterempfehlung. Folglich gibt es zwischen Kundenkompetenz und Fachkompetenz kein „entweder oder“, sondern ein klares „sowohl als auch“. Der Kunde verlangt eine umfassende Kompetenz des Technikers zur Lösung seiner Nutzer- und Anwender-Probleme, die weit über die technische Seite hinausgeht. Er erwartet dies im kompetenten Dialog zwischen Techniker und Kunde insbesondere in Konfliktsituationen und unter Anspannung. Kurzum: Er erwartet Kunden-Kompetenz.

Diese ist es letztlich, die die Spreu vom Weizen trennt und gute Servicetechniker von guten Technikern unterscheidet. Konsequent zu Ende gedacht bedeutet dies, dass der Servicetechniker dem Kunden erst hilft, den vollen Nutzen der Maschine, des Geräts oder der Anlage zu nutzen und den Kunden so zu einem begeisterten Kunden werden lässt.

Wer mit seiner Servicemannschaft an diesem Punkt ansetzt, entwickelt seine Techniker zu Beratungstechnikern. Viele Features der Technik werden vom Kunden gar nicht genutzt, weil er sie nicht kennt. Wenn nach dem Vor-Ort-Einsatz des Technikers durch seine Beratung die Maschine für den Kunden „wertvoller“ geworden ist, dann ist hier ein sehr greifbarer Nutzen entstanden. Ein ganz besonderes Service-Erlebnis, das Kunden zu begeisterten Botschaftern vom Unternehmen und der Marke werden lässt. Der Techniker hat seinen Job als „Mehrnutzen-Vermittler“gut gemacht. Wenn dazu dann auch noch ein Prozess-Know-how des Technikers für die Anlagen des Kunden kommt, so ist der Schritt zu Consulting as a Service – oder sagen wir es auf Deutsch – zum echten Beratungstechniker getan. „Dabei ist jedoch stets individuell zu differenzieren, welcher Servicetechniker die entsprechenden Stärken für die Entwicklung zum Beratungstechniker mitbringt“, so Mertins

„Bezüglich der Themenspektren Kommunikation und Sozialkompetenz tummeln sich auf dem Markt zahlreiche Trainingsinstitute. Für die spezielle Zielgruppe Servicetechniker kommen für ZEISS jedoch ausschließlich Anbieter in Frage, deren Trainerkompetenz sehr nah an der Industrie und am Tätigkeitsumfeld unseres Unternehmens liegen. Nur so lässt sich eine entsprechende Akzeptanz durch die Teilnehmer und damit auch eine gewisse Nachhaltigkeit gewährleisten. Dies war auch eines der ausschlaggebenden Argumente unserer Entscheidung für Martin Wiesend & Partner Die Kundendiensttrainer als Trainingspartner.“

Dr. Steffen Lang
Leiter Technischer Service
Carl Zeiss Industrielle Messtechnik GmbH

Info

- *Martin Wiesend*
  Die Kundendienst-Trainer-GmbH
  Jakobstraße 24
  95447 Bayreuth
  Tel: 0921 . 98 03 24
  E-Mail: info@Kundendienst-Trainer.de

Wenn aus Kunden begeisterte Kunden werden, lassen sich für das Unternehmen echte Zukunftspotenziale generieren.

von DMG MORI SEIKI Stuttgart, für die der Kundendienst-Trainer Bernd Grossmann seit langem erfolgreich tätig ist.

Und genau darin besteht zukünftig für Unternehmen die exzellente Chance, sich vom Wettbewerb zu unterscheiden und einen echten Mehrwert für den Kunden zu schaffen.

Unternehmen wie ZEISS, Albrecht Bäumer und DMG Mori Seiki integrieren bereits seit Jahren regelmäßige Servicetrainings gezielt in den Unternehmensprozess. Dabei werden diese nicht zum Kerngeschäft gehörenden Aufgaben an eine kompetenten externen Trainings-Dienstleister ausgelagert. Insbesondere die Praxisnähe und eine gewisse Nachhaltigkeit bei der Integration des Erlernten in den eigentlichen Servicealltag ließen die Wahl des Trainingsanbieters auf Martin Wiesend & Partner Die Kundendienst-Trainer fallen. Denn vor allem gestandene Techniker mit langjähriger Berufserfahrung reagieren bei Themen wie „Service-Kommunikation“ anfangs eher skeptisch und distanziert. „Aussagen wie ‚Ich arbeite schon jahrelang im Service und weiß, worüber ich rede und was ich zu beachten haben’ sind keine Seltenheit“, untermauern Nina Patisson und Dr. Lang. Doch mit ihrer praxisrelevanten Art und kompetenten Trainern wie den hier eingesetzten Martin Haag und Klaus Schmitt mit einem entsprechenden Service-Background wissen Wiesend & Partner diesen Vorbehalten kompetent zu begegnen, sehr schnell die entsprechende Akzeptanz der Teilnehmer

„Ein guter Techniker ist ausschließlich an der fachlichen Thematik interessiert. Ein guter Servicetechniker aber hat den Kunden als Geschäftspartner im Blick und ist sich seiner Verantwortung für das gesamte Unternehmen bewusst. In meinem Service-Team ist mir Kunden-Kompetenz sehr wichtig, da auch zukünftig der Servicetechniker mit das wichtigste Bindeglied zwischen Unternehmen und Kunde darstellen wird. Der Servicegedanke sollte aber immer im gesamten Unternehmen wachsen.“

Nina Patisson,
Serviceleiterin
Albrecht Bäumer GmbH & Co. KG

INFO:

Susanne Amschler, Text
Albrecht Bäumer GmbH & Co. KG, Carl Zeiss Industrielle Messtechnik GmbH, DMG MORI SEIKI Stuttgart, Fotos

redaktion@kvd.de

„Ich will‘s wissen!“

Der zertifizierte SERVICE MANAGER KVD

Gleich reinklicken:
www.service-seminare.de

Dafür steht die zertifizierte Qualifikation zum „Service Manager KVD“:

- *Erfahren Sie u.a., welches die Managementwerkzeuge im Service sind und wie diese zielführend eingesetzt und genutzt werden können (z.B. Projektmanagement, Problemlösungstechniken etc.)*
- *Erlangen Sie die Kenntnisse und Fähigkeiten, um die Anforderungen der internen und externen Kunden zum Thema Service-Management professionell zu erfüllen*
- *Lernen Sie das gesamte Spektrum der Serviceorganisation (vom Fieldservice über den Helpdesk bis zum Werkstatt-management, Ersatzteillogistik und Partnermanagement) kennen*
- *Beherrschen Sie zukünftig, was eine erfolgreiche Führungskraft im Service auszeichnet (z.B. Personalführung, Recht im Service etc.)*

Die zertifizierte Qualifikation „Service Manager KVD“ umfasst folgende Trainingsmodule:

Pflichtmodule: *Kommunikation • Personalführung • Selbst-/ Zeitmanagement • Problemlösungstechniken • Projekt-management • Controlling / Finance • Service-Verkauf • Entwickl. & Marketing von Dienstleistungen • Organisations-/ Arbeitsmanagement • Recht im Service*

Zusatzmodule: *Team-Entwicklung • Partnermanagement*

Jetzt einfach gratis anmelden:
www.service-seminare.de

Kundendienst-Verband Deutschland e.V
Pliesterbecker Straße 165 | 46284 Dorsten
gs@kvd.de | www.kvd.de
Telefon (02362) 98 73-0
Telefax (02362) 98 73-98

KVD®
DER SERVICE-VERBAND

Serviceleiter Mertins und sein Team setzen bereits seit einigen Jahren auf die praxisnahen Servicetrainings von Martin Wiesend & Partner als wichtige Komponente im Serviceprozess.

zu gewinnen und sie so für die Trainingsinhalte zu öffnen.

Mit der Thematik Kunden-Kompetenz im Fokus geht das Trainingsinstitut mit den neuen Konzepten „Zertifiziertes Kunden-Kompetenz-Training (KKT) für Field-Service-Techniker“ sowie „Zertifiziertes Kunden-Kompetenz-Training (KKT) für Techniker – Schwerpunkt Beratung“ noch einen Schritt nach vorn in Richtung vertiefte Weiterqualifizierung.

> ***„Mittlerweile verfügen die meisten Unternehmen über annähernd gleich hohe technische Qualifikationen im Service. Fühlt der Kunden sich bei unseren Servicetechnikern gut aufgehoben und umfassend verstanden, generieren wir damit ein wichtiges Alleinstellungsmerkmal gegenüber dem Wettbewerber.“***
>
> Sascha Mertins,
> DMG MORI SEIKI Stuttgart:

„Mir ist wichtig, dass wir schon bei der Konzepterstellung für unsere Kunden einen ganzheitlichen Ansatz verfolgen: Das praxisnahe Training und die Transfersicherung – also sicherstellen, dass es angewandt wird – gehören zusammen. Nur so ist ein für den Kunden eine nachhaltige Personalentwicklung mit einem entsprechenden Return on Investment gewährleistet.“

Die Konzepte konnten deshalb auch die Fachgremien des KVD überzeugen, der die beiden Kurse als erste ihrer Art nach seinen Maßstäben geprüft und zertifiziert hat. Beide Kurse gibt es exklusiv bei Martin Wiesend & Partner Die Kundendienst-Trainer.