

## Quick Facts

# Servicestrategie-Entwicklung / -Aktualisierung

### Übersicht

Wohl nirgendwo in der heutigen Geschäftswelt gibt es so viele verschiedene Meinungen, Patentrezepte, Vorurteile und Widersprüche wie zum Thema Strategie.

Einen grossen gemeinsamen Nenner lässt sich dennoch finden: Die Strategie als umfassender Plan zur Erreichung der Geschäftsziele. Dies beinhaltet einerseits die Planung des Marktauftritts und der Leistungserbringung, um im immer härteren Wettbewerb und bei laufend anspruchsvolleren Kunden erfolgreich zu sein. Andererseits geht es um interne Belange wie die Planung der Ressourcen, die Entwicklung und Schulung von Kernkompetenzen, die Aufrechterhaltung der Motivation, etc.

Dass hier nichts dem Zufall überlassen wird ist im technischen Kundendienst besonders wichtig. Erstens um das enorme aber oft unterschätzte Potenzial hinsichtlich Ergebnis- und Umsatzbeitrag, Kundenzufriedenheit, Folgegeschäft und Differenzierung voll ausschöpfen zu können. Zweitens ist die Steuerung und Qualitätssicherung von Serviceleistungen ungleich schwieriger als bei Produkten und verlangt deshalb umso mehr nach Zielsetzung, Planung und Richtungsweisung. Und drittens bei der Aktualisierung der Strategie. In unserer schnelllebigen Zeit ist es dringend erforderlich, periodisch über die Bücher zu gehen und die notwendigen Anpassungen vorzunehmen.

Aber nicht nur für Grossfirmen und eigenständige Service-Profitcenter ist heutzutage die strategische Planung eine absolute Notwendigkeit. Auch kleinere Serviceorganisationen müssen und können ihren Erfolg mit durchaus vertretbarem Aufwand planen und gezielt umsetzen. Wichtig bei all dem ist die Berücksichtigung der individuellen Situation und Machbarkeit. Patentrezepte und kodierte Strategien bringen selten den gewünschten Erfolg und bergen ein hohes Risiko von Zeitverlust, Leerläufen und Demotivation.

### Was ist der Hauptnutzen einer formellen Servicestrategie?

Beim After Sales Service handelt es sich um eine Geschäftsfeldstrategie, welche die übergeordneten Gesamtziele sowie die Anliegen der anderen Bereiche berücksichtigen muss. Eine richtig und sorgfältig ausgearbeitete Servicestrategie bringt folgenden Hauptnutzen:

- Definierte, spezifische, realistische und abgestimmte Servicegeschäftsziele
- Ein konkreter Plan wie diese Ziele erreicht werden können
- Erkennung und Berücksichtigung von externen Chancen und Gefahren sowie eigenen Stärken und Schwächen
- Klare Perspektive und Richtungsweisung, dadurch höhere Motivation und bessere Leistungserbringung

### Welche Leistungen erhalten Sie bei der Strategieentwicklung durch SM & C?

Zur Entwicklung der Servicestrategie kommt eine spezielle, praxiserprobte Methodik zum Einsatz. Sie ist zugeschnitten auf die Besonderheiten des After Sales Service und integriert die massgebenden Denkansätze zur Strategieentwicklung. Der Leistungsumfang beinhaltet neben den notwendigen Vorbereitungsarbeiten die folgenden Einzelleistungen:

- Analyse der Ist-Situation
- Moderation von 2 eintägigen Workshops zur Strategiefindung und Massnahmenplanung
- Ausarbeitung eines Umsetzungsplans
- Abfassen der Servicestrategie in gut kommunizier- und weiterverwendbarer Form

Die Leistungserbringung von SM & C erfolgt als in sich geschlossenes Kleinprojekt zu einem im Voraus vereinbarten Pauschalhonorar. Der Zeitaufwand bewegt sich üblicherweise im Rahmen von 7 – 10 Tagen.

### Haben Sie noch Fragen?

Zur Klärung weiterer Fragen stehe ich Ihnen gerne zur Verfügung – vorzugsweise in einem persönlichen Gespräch. Erreichbar bin ich telefonisch auf der Nummer +41 (0)44 390 29 65 oder per Email unter [m.unholz@service-mc.com](mailto:m.unholz@service-mc.com).