

Industrielle Serviceleistungen verkaufen

Sieben Impulse für Umsatz durch Service

Autor:

Hartmut Pleyer,

Peter Schreiber & Partner



Nach zehn Jahren Aufschwung zeigen aktuell die wesentlichen Konjunkturdaten nach unten. Kein Grund, den Kopf hängen zu lassen: Investitions- und Industriegüter-Hersteller können sich für schwierigere Zeiten rüsten, wenn sie auf Kreativität und Unternehmertum setzen.

After-Sales-Serviceleistungen sind ein wichtiger Schlüssel zum nachhaltigen Unternehmenserfolg und ein Forcieren des Vertriebs hilft in Zeiten einer rückläufigen Konjunktur. Denn hier haben die meisten Investitions- und Industriegüter-Hersteller noch ungenutzte Potenziale. Serviceleistungen sind dabei ein wichtiges Instrument zur Kundenbindung und Differenzierung gegenüber dem Wettbewerb; außerdem ein Innovationstreiber bei der Entwicklung neuer Produkte. Voraussetzungen: die strategische Ausrichtung stimmt und die operativen Stellhebel sind passend gesetzt. Nachfolgend sieben Impulse, wie Sie das Geschäft Ihres Unternehmens mit Serviceleistungen systematisch und konsequent ausbauen können.

1. Schärfen Sie Ihre Service-Strategie.

Eine klare und transparente Service-Strategie verbessert den Umsatz durch die konsequente Bearbeitung der Zielkunden und Branchen, den Ertrag durch fokussierten Einsatz Ihrer Ressourcen und die Differenzierung durch eine gezielte Positionierung gegenüber dem Wettbewerb.

2. Erweitern Sie Ihr Service-Portfolio.

Durchgängige und innovative Serviceleistungen haben Einfluss auf den Umsatz durch Gewinnung neuer und Durchdringung beste-

hender Kunden, den Ertrag durch bessere Preise für innovative Mehrwert-Leistungen und die Kundenbindung, weil ein durchgängiges Portfolio die Anzahl der Lieferanten reduziert.

3. Straffen Sie Ihre Service-Prozesse.

Schlanke, auf die Anforderungen Ihrer Kunden ausgerichtete Prozesse sichern den Ertrag durch niedrige Prozess- und Reklamationskosten und die Kundenbindung—durch eine schnelle und zuverlässige Reaktion auf Kundenanfragen.

4. Stärken Sie Ihre Service-Organisation.

Eine eigenständige, schlagfertige Service-Organisation steigert den Umsatz durch eine bessere Positionierung der Serviceleistungen in der Gesamtlösung und den Ertrag durch eine effizientere Steuerung der Ressourcen.

5. Fördern Sie Ihre Service-Führungs- und Managementkultur.

Die konsequente und zielgerichtete Einbindung der Service-Führungskräfte in die Strategieprojekte hat Einfluss auf den Umsatz durch die Nutzung langjähriger, praktischer Erfahrungen und den Ertrag durch einen höheren Umsetzungsfokus.

6. Optimieren Sie Ihre Service-Vermarktung.

Die Einführung von servicespezifischen Vermarktungskonzepten

erhöht den Umsatz durch einen spezialisierten Service-Vertrieb, den Ertrag durch einen zielgruppengerechten Preis- und Marketingsatz und die Differenzierung durch Kundennähe und einen proaktiven Vertriebsansatz.

7. Setzen Sie moderne Service-Tools ein.

IT-gestützte und digitale Service-Tools helfen Ihnen, eine Transparenz Ihrer Kundenvorgänge herzustellen. Sie optimieren zudem den Umsatz, da Anfragen zeitnah und zuverlässig bearbeitet werden, den Ertrag durch eine effiziente Steuerung der Ressourcen und die Innovation durch individuelle und digitale Leistungen

Fazit

Unternehmens- und marktspezifisch kann es zu den dargestellten Lösungsansätzen weitere Ansätze geben. Eine erste Analyse mit Handlungsempfehlungen schafft schnell Klarheit, welche Potenziale noch ausgeschöpft werden können.

*Hartmut Pleyer, Management- und Vertriebsberater,
Peter Schreiber & Partner,
www.schreiber-training.de*