

EINFACH EINFACH MACHEN

Es gibt die einen, die im Service wild digitalisieren, und es gibt die anderen – die, die den Kundenservice einfach ganzheitlich und dadurch einfach richtig gut machen.

Ganz ehrlich: 2020 hatten wir uns doch alle irgendwie anders vorgestellt! Die aktuelle Covid-19-Situation mit all ihren Einschränkungen verlangt uns ein hohes Maß an Geduld, Flexibilität und Optimismus ab. Jedoch entschleunigt sie auch massiv und hilft, uns mal wieder auf die essenziellen Werte zu konzentrieren. Unser Fokus liegt dabei eindeutig auf zwei Fragestellungen: **1. Worum geht es in gutem Kundenservice eigentlich? 2. Wie lassen sich exzellente Kundenerlebnisse erzeugen?**

Wir beobachten nach wie vor in vielen Unternehmen, dass es eine große Lücke zwischen dem erlebten Kundenservice und den vorherrschenden Kundenerwartungen gibt. Forrester zufolge glauben 80 Prozent der Unternehmen, einen herausragenden Kundenservice bereitzustellen, doch nur 8 Prozent ihrer Kunden haben das Gefühl, herausragenden Service zu erhalten. Im Wesentlichen erfahren wir drei Reflexe, die seit einigen Jahren schon fast als Branchenkonstanten zu bezeichnen sind: **1. Wir müssen mehr im Service digitalisieren! 2. Wir brauchen irgendwas mit KI!** (Kein Scherz, diesen Satz haben wir genau so gehört.) **3. Wir haben nur begrenztes Budget für die Weiterentwicklung im Service!**

Im Gegensatz zu isoliertem Aktionismus oder blinder Digitalisierungswut muss ein moderner und nachhaltiger Kundenservice-Ansatz ganzheitlich aufgestellt und weiterent-

wickelt sein. Für einen zeitgemäßen Kundenservice muss quasi die Symbiose aus Mitarbeitern, Prozessen und Systemen erzeugt und in Einklang gebracht werden. Doch dieser Ansatz, Kundenservice als Ganzes zu verstehen, ist offenbar noch immer nicht überall verstanden. Im Fokus stehen vornehmlich Einzelaktivitäten wie Digitalisierungsprojekte, Chatbots und Co. Viele Unternehmen neigen dazu, schnelle Initiativen zu starten und den Fokus dabei nur auf die Symptome oder aktuellen Trends zu legen. Die Kernursachen und Kundenerwartungen werden dabei nicht ausreichend betrachtet. Was fehlt sind oftmals die Transparenz sowie ein gemeinsames Verständnis über das „Warum“.

Exzellenter Service – einfach mehr davon, bitte

Wenn wir mit Service-Verantwortlichen und der Unternehmensleitung in Sachen Vision und Werteverständnis aktiv werden, entfaltet sich eine unglaubliche Energie. Nicht selten werden „Best-in-Class“ Zielbilder entworfen, bedingungslose Kundenbegeisterung sowie überragende und überraschende Kundenerlebnisse werden als zentrale Ziele festgelegt. Ein daraus abgeleitetes Projektportfolio hat den Kunden und dessen Bedürfnisse im Fokus und nicht ausschließlich die Implementierung einer technischen Lösung. Ansprechende Zielbilder wirken begeisternd und ansteckend, sie geben die Orientierung, die es tatsächlich braucht. Sie führen auf das, was Kunden eigentlich wollen und Unternehmen tun sollten, hin: besseren Service!

Einfach die Kraft der Intuition nutzen

Ist das Zielbild klar, geht es an die Strategie. Um den vom Kunden wahrgenommenen Service nachhaltig zu verbessern oder den Quantensprung „Best-in-Class“ zu schaffen, müssen die richtigen Hebel in Bewegung gesetzt werden. Es ist ja nicht alles schlecht! Die Herausforderung am Service ist jedoch, dass sich die Servicebereiche als Querschnitt über alle Unternehmensfunktionen erstrecken. Um also am Ende der Gleichung das gewünschte Ergebnis

Durch die klare Fokussierung auf die richtigen Dinge vermeiden Unternehmen Verschwendung, Ressourcenengpässe und Umsetzungsprobleme.

zu sehen, müssen die richtigen Variablen verändert und orchestriert werden. Teilweise schrecken da die einschlägig bekannten Service-Excellence-Modelle und -Methoden ab, denn es werden bis zu 36 Anforderungen/Disziplinen ausgewiesen, die ein Unternehmen für exzellenten Service nachweisen muss. Wir erleben dann oftmals Ratlosigkeit oder wilden Aktionismus und eine viel zu große, die Organisation überfordernde Projektagenda. Was die richtigen Stellhebel sind und wie diese nachjustiert oder umgeformt werden müssen, lässt sich durch den Abgleich der aktuellen Situation mit der Vision und den Zielen herausarbeiten. Dazu ist keine wochenlange Forschung notwendig. Fundierte Analysen, die die Intuition und das Wissen der Organisation einbeziehen, liefern schnelle Ergebnisse und konkrete Handlungsempfehlungen. So gestalten und beschleunigen Unternehmen ihre Entwicklungs- und Transformationsprozesse mit hoher Qualität und Geschwindigkeit.

Einfach die richtigen Dinge tun!

Sind die zielführenden und notwendigen Veränderungen identifiziert, lassen sich stringent die Konzepte, die dahinterliegenden Maßnahmen sowie Planungen erstellen. Durch die klare Fokussierung auf die richtigen Dinge vermeiden Unternehmen Verschwendung, Ressourcenengpässe und Umsetzungsprobleme. Es wird zwingend logisch und schlüssig, welche Veränderungen bis wann und wie erreicht werden können. Der Weg kommend von der Vision erzeugt Klarheit, Transparenz und das Commitment aller Beteiligten.

Sich einfach mal zu überlegen, was Kundenservice exzellent macht und mit gleichgesinnten Leuten die richtigen Dinge umzusetzen, das macht Spaß.

Mit einem zeitgemäßen und ganzheitlichen Kundenservice-Ansatz, der über die vorherrschende Kundenerwartung hinausgeht, können Serviceorganisationen proaktiv zur Verbesserung des Unternehmenserfolgs beitragen. So lassen sich ineffiziente Prozesse eliminieren, die Servicequalität verbessern und die eingesparte Zeit für strategische Aktivitäten, die für das zukünftige Wachstum sicherlich auch benötigt werden, nutzen.


AUTOREN: SANDRA GNOTH, ROLAND SCHMIDKUNZ,
GESCHÄFTSFÜHRER DER ZEITGEIST
BERATUNGSMANUFAKTUR GMBH



© Zeitgeist Beratungsmanufaktur

ZEITGEIST BERATUNGSMANUFAKTUR

Exzellente Kundenerlebnisse sind unsere Leidenschaft! ZEITGEIST ist die kompetente Beratungsmanufaktur für alle Aspekte eines zeitgemäßen Kundenmanagements. Mit herausragender Kompetenz und erstklassigen Leistungen unterstützt Zeitgeist bei der Lösung unternehmerischer Herausforderungen an der Schnittstelle zum Kunden.

 www.zeitgeist-manufaktur.com