

Die mobile (R)Evolution

24.01.2011

Es war ein heißer Sommer. Wir saßen in einem überhitzten Besprechungsraum in Hamburg und testeten einen Tag lang ein Open Source CRM-System. Wir wollten sehen, ob es die Prozesse eines gut strukturierten Unternehmens wirkungsvoll unterstützt.

Eigentlich war es ein Tag wie jeder andere. Doch heute zeigte uns der freundliche und durchaus streitbare Präsentator etwas, was mich beeindruckend sollte und über diesen Termin hinaus zum Nachdenken anregte.

Wir hatten im CRM-System ein Angebot angelegt und dem Kunden zugesandt. Die Frage war: Woher weiß ein Außendienstmitarbeiter, dass sein Kunde das gewünschte Angebot erhalten hat?

Der gewandte Präsentator öffnete an dieser Stelle die CRM-Datenbank in seinem PDA, gab den Namen des Kunden ein und zeigte uns das Angebot. Diesen beeindruckenden Stand der Technik konnte zu diesem Zeitpunkt kaum ein CRM-Anbieter vorweisen.

Dann fuhr er in seiner Präsentation fort: "Wenn Sie beim Kunden sind und der Kunde sein Angebot nicht zur Hand hat, gehen Sie auf das Angebot, ziehen es auf die Faxnummer des Kunden, und in einer Minute haben Sie eine gedruckte Kopie."

Ich war beeindruckt. Diese kleine Vorführung öffnete in meinen Gedanken eine gewaltige Tür, eine Tür in eine mobile Welt. Was könnte man nicht alles tun, wenn man alle Informationen unabhängig von Raum und Zeit auf Knopfdruck verfügbar hätte?

Inzwischen sind meine Gedanken gereift und die Technik hat sich entwickelt. Unternehmen fragen zunehmend nach mobilen Endgeräten wie dem iPhone und dem Black Berry. Doch bei vielen dieser Fragen steht das mobile Endgerät im Vordergrund. Die gewaltigen Vorteile der neuen Technik, die Integration von mobilen Daten und mobiler Kommunikation in die täglichen Abläufe des Unternehmens, werden oft gar nicht genutzt.

Wie kann ich meine tägliche Arbeit verbessern, vereinfachen oder beschleunigen? Diese Frage wird oft nicht gestellt. Das iPhone ist in erster Linie ein schickes Accessoire für den modernen Geschäftsmann.

Unternehmensberatung
Stephan Bauriedel

Neue Kantstrasse 25
D-14057 Berlin

Tel.: 030 / 33 77 25 91
Fax: 030 / 33 77 25 94

www.erfolg-mit-crm.de

Vertriebler lieben mobile Endgeräte

Außendienstmitarbeiter sind in der Regel von innovativen Produkten leicht zu begeistern. Der Vertriebler hat als erster ein Handy bekommen, er hat als erster seine Telefonnummern und Termine in einem Palm gespeichert, und er nutzt heute den Black Berry, um über Outlook ständig informiert zu bleiben.

Doch trotz aller Technik - im Gespräch mit dem Kunden zählt nur die Qualität des Verkäufers. Ein durchschnittlicher Verkäufer wird auch mit einem Black Berry in der Tasche niemals ein besserer Verkäufer.

Die mobile Revolution im Unternehmen beginnt an einer anderen Stelle. Wenn wir über Effizienz von Prozessen und Qualität am Kunden reden, wird schnell klar, dass nicht der Vertrieb sondern vielmehr der Service im Fokus steht.

Die Potenziale der mobilen Endgeräte können im Service am besten ausgenutzt werden. Hat der Service-Techniker vor Ort Zugang zu allen Kundeninformationen, kann er den Auftrag in besserer Qualität ausführen. Schickt er die Auftrags erledigung umgehend digital in die Buchhaltung, kann die Rechnung am gleichen Tag versendet werden. Der Einsatz mobiler Endgeräte beschleunigt die Prozesse, sichert die gewünschte Service-Qualität und senkt die Kosten.

Politessen arbeiten optimal

Ein Strafzettel ist ärgerlich und ein Beispiel für einen perfekt integrierten Prozess. Inzwischen werden Ordnungswidrigkeiten mobil erfasst. Die Dame oder der Herr in Blau notieren in einem mobilen Gerät zur Verkehrswidrigkeit das KFZ-Kennzeichen, den Ort und das Datum. Der Sünder bekommt ein ausgedrucktes Knöllchen noch manuell unter den Scheibenwischer geklemmt, und schon nimmt die Politesse den nächsten Sünder ins Visier. Das Bild der Uniformierten, die in ein kleines Gerät tippen, ist längst Alltag.

Früher wurden die Knöllchen per Hand ausgefüllt und das Tageswerk in der Dienststelle abgegeben. Dort wurden die Knöllchen per Post an eine Sammelstelle gesendet und hier noch einmal aufwändig manuell erfasst, bearbeitet und versendet.

Heute gibt es einen komplett automatisierten Back-Office-Prozess. Der digitale Strafzettel wird von der Straße aus online an ein System übersendet, welches auf die Daten des Halters zugreift. Es ordnet der Ordnungswidrigkeit einen Betrag zu und versendet den Bescheid. Einsprüche, Zahlungseingänge und Mahnungen werden vom System überwacht und die weitere Bearbeitung unterstützt.

Unternehmensberatung
Stephan Bauriedel

Neue Kantstrasse 25
D-14057 Berlin

Tel.: 030 / 33 77 25 91
Fax: 030 / 33 77 25 94

www.erfolg-mit-crm.de

Der Arbeitsaufwand und die Prozesskosten sinken auf ein Minimum. Die Bearbeitungszeit reduziert sich von Wochen auf wenige Tage. Alle wichtigen Informationen in diesem Prozess werden vor Ort und digital erhoben, angereichert und konsequent weiter genutzt. So bequem kann die Steigerung von Effizienz und Prozessqualität sein.

Baustelle technischer Service

Es ist schon erstaunlich, jeder Paketbote, jede Politesse und sogar der Mitarbeiter, der den Verbrauch an Ihrem Heizkörper notiert, hat ein mobiles Endgerät.

Im technischen Service finden wir mobile Lösungen nur selten. Was hält die Unternehmen davon ab, zu investieren, zu optimieren und ihre Kosten zu senken?

Wir sehen in unserer Beratung, dass viele Unternehmen ihren Service nicht in den Griff bekommen. Dieser Umstand hat viele Gründe. Wir wollen hier nur einen Ausschnitt zeigen, der die für einen schlechten Service typische Unternehmenskultur beschreibt.

1. Service hat keine Priorität

Montag früh zehn Uhr. Die Geschäftsleitung hat zum üblichen Meeting geladen. Alle sind anwesend. Die Tagesordnung ist ein Statusbericht von Anfragen, Angeboten, Aufträgen. Und Service? Service ist selbstverständlich. Service wird erst zum Thema, wenn der Kunde unzufrieden droht. In vielen Unternehmen zählt zunächst und verständlicherweise das Neugeschäft. Service hat keine Priorität.

2. Servicestrukturen sind schwach

Was keine Priorität hat, bekommt auch (beim Management) keine Aufmerksamkeit. Daher sind viele Strukturen im Service geprägt von manuellen Arbeiten, von fehlenden und inkonsistenten Daten. Viele IT-Systeme genügen nicht den notwendigen Anforderungen und unterstützen nur selten die elementaren Serviceprozesse.

Die Prozesse im Service sind sehr komplex. Viele verschiedene Informationen werden aus dem Vertrieb und der Auftragsbearbeitung benötigt. Hierzu gehören die Kundendaten, Lieferanschrift, die gelieferten Produkte bzw. die installierte Basis, individuelle Preise, Garantien und Serviceverträge. Angaben dazu findet man in der Praxis in verschiedenen Systemen oder eben immer noch in dicken Leitz-Ordern.

Unternehmensberatung
Stephan Bauriedel

Neue Kantstrasse 25
D-14057 Berlin

Tel.: 030 / 33 77 25 91
Fax: 030 / 33 77 25 94

www.erfolg-mit-crm.de

Aus diesen vielfältigen Informationen muss ein Serviceauftrag erstellt und die Kostenübernahme geklärt werden. Doch erst vor Ort entscheiden sich viele Positionen des Auftrags, wie Arbeitszeiten und Ersatzteile.

Die Technikerstunde wird als Artikel geführt, obwohl Techniker Ressourcen sind, die zeitlich geplant werden müssen. Das lässt sich in einem Warenwirtschaftssystem nicht darstellen.

Viele ERPs sind in die Jahre gekommen. Ihnen fehlen Schnittstellen zu anderen Systemen und zu modernen Kommunikationswegen. Sie kennen z.B. keine E-Mails. So wird viel gedruckt oder mit copy & paste manuell nachbearbeitet.

Service ist kein Geschäftsmodell

Viele Manager glauben, dass Service kein Geschäftsmodell ist. Aber die Analyse des Kundenlebenszyklus offenbart, dass im Neugeschäft einmalig eine höhere Marge zu verdienen ist und anschließend über Serviceleistungen, Wartung, Upgrades und Verbrauchsmaterial viele kleinere Folgeaufträge generiert werden können.

Einige Unternehmen verfolgen die Strategie niedriger Preise im Neugeschäft, um dann mit einer langfristigen Bindung und lukrativen Folgegeschäften nennenswerte und stabile Erlöse zu generieren. Hierfür braucht der Service die notwendige Priorität im Unternehmen und effiziente Strukturen – wie bei den Politessen. Diese Servicestrategie funktioniert vom Tintenstrahldrucker bis zur Rolltreppe.

Mobile Servicelösungen

Beim technischen Service vor Ort beginnt der Prozess bei der Hotline, wo die Störung aufgenommen wird. Von dort geht das Anliegen weiter über die Auftragsbearbeitung zur Serviceplanung, die den Technikeinsatz plant, bis hin zum Techniker, der den Auftrag ausführt.

Vom Techniker geht der Auftrag zurück zur Auftragsbearbeitung und über die Faktura bis zur Finanzbuchhaltung. Beahlt der Kunde die Rechnung, schließt sich der Kreis.

Unternehmensberatung
Stephan Bauriedel

Neue Kantstrasse 25
D-14057 Berlin

Tel.: 030 / 33 77 25 91
Fax: 030 / 33 77 25 94

www.erfolg-mit-crm.de

Service vor Ort

Nr. Schritt

- 10 Meldet eine Störung
- 20 Kunden identifizieren
- 30 Produkt identifizieren
- 40 Serviceticket anlegen
- 50 Servicetermin planen
- 60 Tourenplan übernehmen
- 70 Ersatzteile
- 80 Reparatur vor Ort
- 90 Servicebericht erstellen
- 100 Auftrag ergänzen
- 110 Auftrag fakturieren
- 120 Prüfung des Serviceberichts

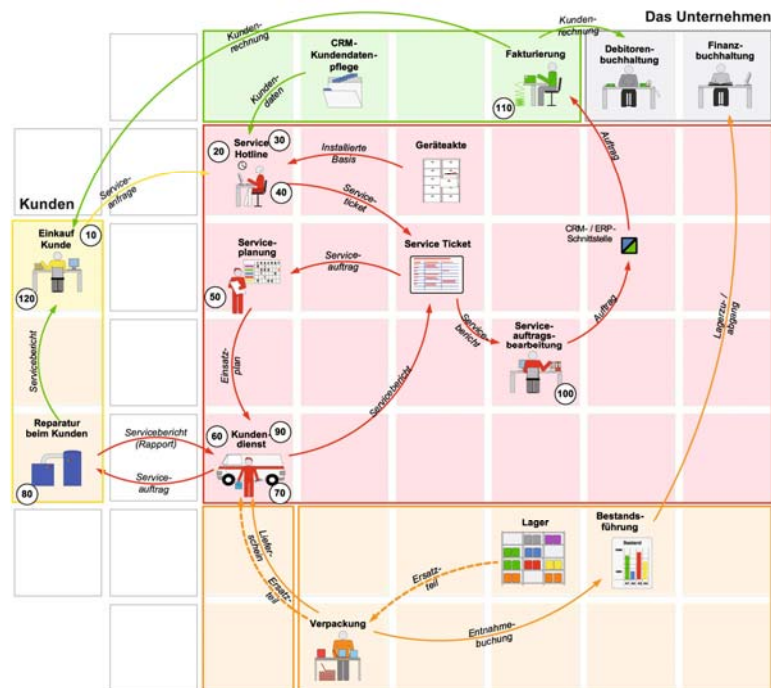


Abb1 : Geschäftsprozess „Service vor Ort“

Der Prozess geht weit über die eigenen Unternehmensgrenzen hinaus zum Techniker und zum Kunden bzw. dem Produkt. So wie die Poststelle die aufgenommenen Verkehrsdelikte an eine Zentrale übermittelt, so könnte auch der Techniker seinen Serviceauftrag auf ein mobiles Endgerät erhalten.

Dabei werden drei grundlegende Einsatzformen unterschieden:

1. Mobiler Service für einfache Produkte

Bei technisch einfachen Produkten, wie zum Beispiel einer Waschmaschine, nutzt man kleine mobile Endgeräte wie den Black Berry. Diese empfangen eine E-Mail mit einem als PDF angehängten Auftragsblatt.

In der Regel sind die mobilen Endgeräte bereits internetfähig. Der Techniker vervollständigt den Auftrag nach Erledigung direkt in der Datenbank des CRM- oder ERP-Systems. So können einfache Angaben wie Arbeitszeit (Start/Stop) sowie der Auftragsstatus erfasst werden. Schwieriger wird die Bedienung bei der Erfassung von Ersatzteilen. Arbeitet man hier direkt auf der Datenbank, wird das System oft langsam, eine Replikation des Ersatztelevorrats auf das mobile Endgerät scheitert oft an der Übertragungsrate und Speicherkapazität.

2. Mobiler Service für komplexe Produkte

Technisch anspruchsvolle Produkte brauchen oft mehr Informationen. So benötigt man zum Beispiel bei Baukränen projektbezogene Schalt- und Konstruktionspläne bis hin zur Betriebssoftware und Updates.

Hierfür eignen sich Laptops besser, da es möglich ist, Daten je nach Auftrag und Einsatzbereich zu replizieren und sowohl online als auch offline zu arbeiten.

3. Mobiler Inhouse-Service

Ein besonderer Fall ist der mobile Inhouse-Service. So hat ein Flughafen zum Beispiel eine sehr komplexe Gebäudetechnik. Bei einem technischen Ausfall können sich Auswirkungen auf den Flugbetrieb und die Sicherheit ergeben.

Heute werden Serviceteams schon über mobile Endgeräte informiert und koordiniert. Da sich ein Zwischenfall immer auf dem eigenen Gelände ereignet, können diese Mitarbeiter über WLAN-Netze angebunden werden und erhalten Zugriff auf alle relevanten Informationen und Unterlagen.

Technik als Antreiber

Mobile Kommunikation ist im Grunde nichts Neues. Doch die rasant steigenden Rechenleistungen, Speicherkapazitäten und immer brillantere Displays erweitern die Einsatzmöglichkeiten. Die schnelle Online-Anbindung ist in vielen Industrienationen gegeben, und die großen Standard Business Applikationen unterstützen zunehmend mobile Endgeräte. Die Technik der verschiedenen Anbieter wächst zusammen und eröffnet neue Möglichkeiten.

Dort, wo für die Politesse oder den Paketboten Applikationen individuell programmiert wurden, werden heute mobile Applikationen standardisiert und somit für jedermann nutzbar.

In Zukunft werden CRM- wie auch ERP-Anbieter mobile Lösungen vorstellen. Der Trend geht dahin, dass dem Mitarbeiter im Vertrieb und Service zugeschnittene Anwendungen angeboten werden. Die Bedienbarkeit der Anwendung ist für die Akzeptanz extrem wichtig, da Display und Tastatur oft nur sehr klein sind. Durch die Online-Anbindung der Applikation werden Mitarbeiter im Außendienst dieselben Informationen haben, wie ihre Kollegen am Schreibtisch.

Unternehmensberatung
Stephan Bauriedel

Neue Kantstrasse 25
D-14057 Berlin

Tel.: 030 / 33 77 25 91
Fax: 030 / 33 77 25 94

www.erfolg-mit-crm.de

Die mobile Revolution ist nicht aufzuhalten.

Innovation oder Spielerei

Das, was mich an diesem heißen Tag in Hamburg faszinierte, war die Idee, Unternehmensprozesse konsequent zu digitalisieren und somit auf Lichtgeschwindigkeit zu beschleunigen.

Ein digitales Serviceticket kann quer durch die Welt, von Mitarbeiter zu Mitarbeiter weitergeleitet werden. Jeder tut genau das, was sein Job ist: Störung entgegennehmen, Störung beheben, Störung abrechnen. Jeder hat auf Knopfdruck die Informationen, die er für seine Aufgabe braucht. Eine perfekte Welt.

Der Nutzen ist einfach. Sie senken Ihre Kosten drastisch, Sie reduzieren die Reaktions- und Durchlaufzeiten deutlich, und Sie glänzen dort, wo es darauf ankommt: beim Kunden.

Die Aufgabe ist es, das Management zu begeistern, das Service Business mit seinen Prozessen neu aufzustellen und für eine IT-Unterstützung zu sorgen, die diesen Prozess abdeckt. Dafür gibt es fachkundige Partner, die Sie führen.

Das Ergebnis ist ein Wettbewerbsvorteil, der Ihnen einen Vorsprung sichert, denn guter Service spricht sich herum, auch zu neuen Kunden.

Stephan Bauriedel ist Experte für ganzheitliches Kundenmanagement. Gemeinsam mit dem Kunden entwirft er klar definierte und umsetzbare CRM-Strategien - im Einklang mit der Unternehmenskultur. Seine zukunftsorientierten CRM-Konzepte basieren auf den klassischen Unternehmensebenen Strategie, Prozesse, Menschen und IT-Systeme. Mehr Informationen unter www.erfolg-mit-crm.de.

Unternehmensberatung
Stephan Bauriedel

Neue Kantstrasse 25
D-14057 Berlin

Tel.: 030 / 33 77 25 91
Fax: 030 / 33 77 25 94

www.erfolg-mit-crm.de