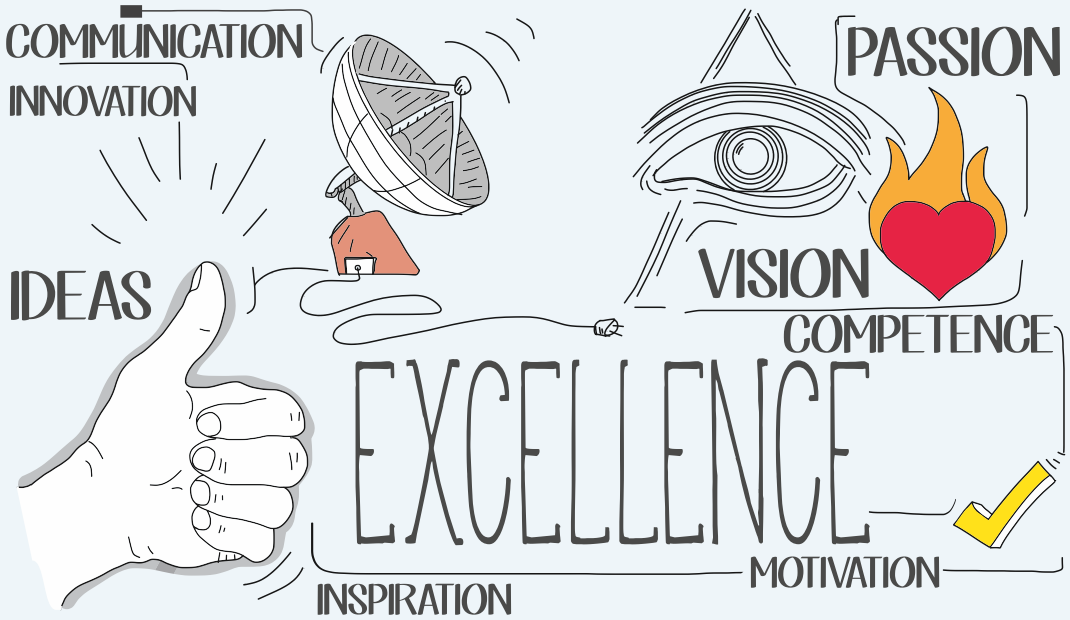
SHS

Operative Beratung
auf Augenhöhe.



Kundenorientierung in allen Prozessen… immer.

Durch den SHS-Kundenorientierungcheck©
Umsätze steigern und Kunden binden.

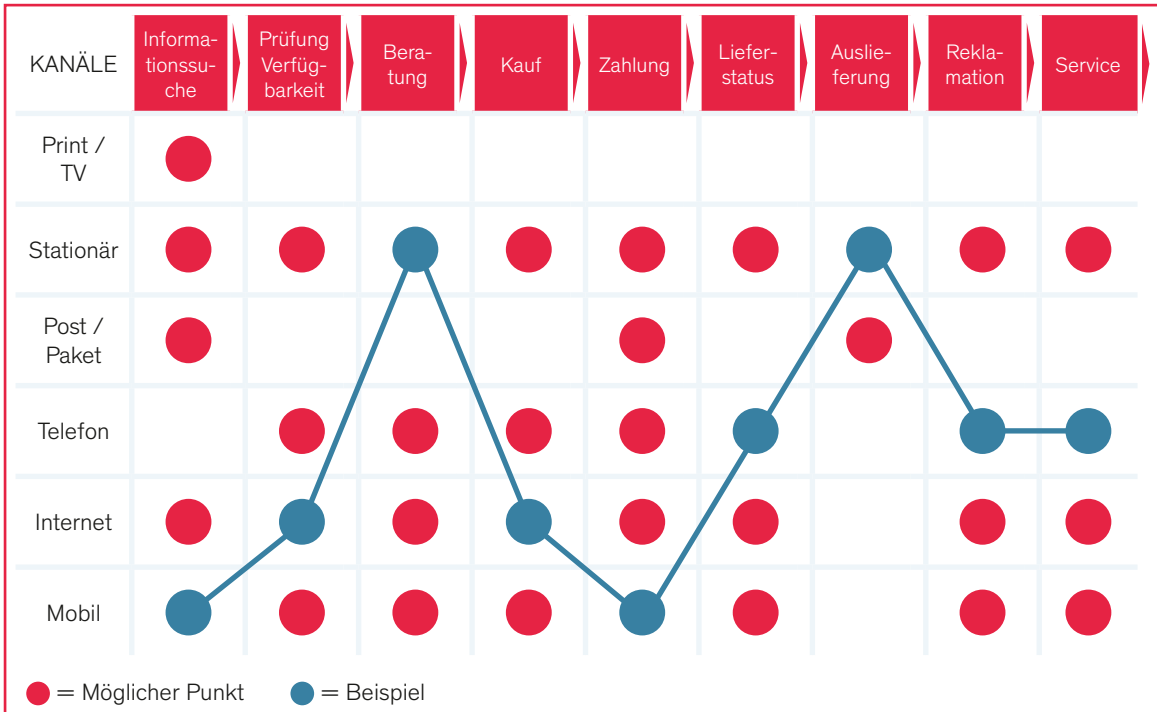
Kundenorientierung im Leitbild, doch
der Kunde ist unzufrieden,
keine Lösung liegt parat –
Zeit für einen kräftigen Impuls von außen!

Unsere Expertise hilft Ihnen:

- Den Kunden zu begeistern und zu binden
- Schwachstellen zu erkennen
- Kundenorientierung in allen relevanten Prozessen zu verankern
- Ihren Umsatz und Ertrag zu steigern

Haben Sie all Ihre Kontaktpunkte mit dem Kunden im Griff?
Nutzen Sie Ihre stärkste Vertriebsressource: Das positive Kundenfeedback!

Mögliche Kontaktpunkte eines Händlers



Überall da, wo Ihr (potenzieller) Kunde mit Mitarbeitern, Produkten, Marken und Services in Berührung kommt, können Sie den Kunden begeistern oder aber auch bitter enttäuschen.

Die Weiterempfehlung ist der stärkste Verkäufer.

Management der Kontaktpunkte

Indikatoren eines aktiven Managements

- Kenntnis aller relevanten Kontaktpunkte
- Quantitative Bewertung der Kontaktpunkte
- Priorisierung der Kontaktmöglichkeiten
- Einbindung von Kunden und Mitarbeitern in den Optimierungsprozess

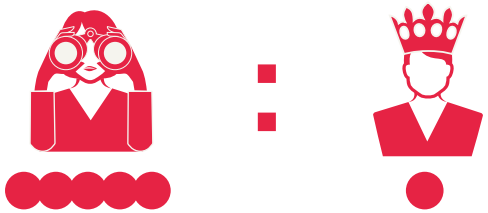
Probleme durch zu geringe Aktivität / geringe Auseinandersetzung mit dem Thema

- Kein effizienter Budgeteinsatz und Streuverluste
- Keine Konzentration auf Punkte mit Mehrwert für den Kunden
- Keine effizienten, kundenorientierten Abläufe
- Schlechtes Kundenfeedback

Durch den SHS-Kundenorientierungs-Check© zur exzellenten Kundenorientierung

Wie Sie den Kunden möglichst schnell überzeugen zum Wettbewerb zu wechseln und garantiert auch keine neue Kunden gewinnen.

Wissen Sie, was Neukunden kosten?



- Die Kosten für eine Neukundenakquise sind 5× höher als jene, einen Kunden zu binden
- Bestehende Kunden sind Ihr bester Vertrieb: Weiterempfehlungen sind der beste Verkäufer
- Inwieweit richten Sie sich nach dem Kunden aus? In den Prozessen? In der Organisation?

Beispiele für einen schlechten Kundenservice

Leistungsversprechen	Realität
„24 Stunden-Service – Schnelle Problemlösung“	Kundenservice nicht erreichbar, lange Warteschleifen, 24 Stunden passiert nichts, die Maschinen stehen
„Bei uns stehen Sie an erster Stelle“	Kundenstellplätze weit entfernt vom Haupteingang. Die Vorstandsfahrzeuge parken jedoch vor der Tür.
„Schnelle und unkomplizierte Abwicklung“	Zeitaufwändige Bestellvorgänge, zu Unrecht erhaltene Mahnungen, nicht vorhandene Kontaktmöglichkeiten
„Schnelle Reparatur vor Ort“	Ungepflegte Techniker in unsauberen Autos hinterlassen Chaos und das zu horrenden Kosten

Haben Sie Ihren Kunden schon einmal gefragt, wie zufrieden er ist?

Wo stehen Sie im Management Ihrer Kontaktpunkte? Ein kurzer Selbstcheck.

Fokusbereich	Fragestellungen
Einfluss Neue Kunden gewinnen	» Kennen Sie alle Kontaktpunkte von der Informationseinholung bis hin zum Service? » Welche Kontaktpunkte sind für den Kunden ‚Momente der Wahrheit" und generieren Mehrwert für den Kunden (Kaufentscheidung bzw. Begeisterung des Kunden)? » Haben Sie Prioritäten gesetzt und den Einfluss bewertet?
Qualität Qualität verbessern	» Wissen Sie, ob sich Ihr Kunde rasch auf Ihrer Homepage zurecht findet und alle Informationen erhält? Oder ob Reparaturen und Reklamationsfälle für ihn schnell genug abgewickelt werden? » Wissen Sie, wo der Kunde sich mehr erwartet und das auch honorieren würde? (z.B. Verständlichkeit einer Rechnung, Transparenz von Serviceleistungen?) » Wissen Sie, ob der Wettbewerb etwas besser macht?
Reichweite, Frequenz Reichweite optimieren	» Wissen Sie, wie viele Kunden das Servicecenter anrufen und wie viele das Kontaktformular auf der Homepage ausfüllen? Oder wie viele Kunden einen Bezahlvorgang online abbrechen? » Wissen Sie, wie häufig die Kunden einen Kontaktpunkt nutzen oder ob der Kunde einzelne Services noch als Mehrwert sieht?
Einsatz Einsatz optimieren	» Haben Sie dem Kundenaufkommen angepasste Kapazitäten definiert, vom Callcenter über den Innendienst bis hin zum Verkäufer? » Sind Sie sich sicher, dass Ihre Kapazitäten effizient eingesetzt werden und die Aufwendungen für nicht zielführende Tätigkeiten auf ein Minimum beschränkt sind? » Streichen Sie Leistungen ohne Mehrwert!

Die Optimierung des Kundenkontakts ist der Stellhebel für mehr Kundenorientierung, Kundentreue und Mehrumsatz.

Ausgangssituation

Kundenkontaktpunkte…
…sind nicht bekannt und werden nur fallweise optimiert. Eine Gesamtübersicht aller Kontaktmöglichkeiten fehlt

Mitarbeiter und Kunden…
…werden nicht eingebunden – Prozesse stützen sich auf Vermutungen und nicht auf Kundenwünsche

Priorisierungen…
…gibt es nicht, der Budgeteinsatz erfolgt nicht potenzialorientiert

Effiziente Prozesse…
…fehlen, auch im Zusammenspiel der Kontaktpunkte untereinander

Ziele des SHS-Kundenorientierungs-Checks©

Identifizierung aller Kundenkontaktpunkte und Verbesserung des Zusammenspiels zwischen den einzelnen Kanälen (online, offline) – Neue Ansätze

Einbindung der Mitarbeiter und des Kunden zur Bewertung der identifizierten-Kontaktpunkte (Priorisierungen, Berücksichtigung der Anforderungen, neue Ideen weiter-
entwickeln)

Definition von effizienten SOLL-Prozessen mit klaren Verantwortlichkeiten, Vertretungsregelungen und Verhaltensregeln

Ergebnisse

Kundenzufriedenheit steigt

Differenzierung zum Wettbewerb

Anzahl Neukunden steigt

Umsatz / Ertrag pro Kunde steigt

In vier Projektschritten überzeugen und begeistern Sie den Kunden. Eine profunde Analysephase und Detailkonzepte zeigen den richtigen Weg.

1. Analysephase / Basiskonzept

Status Quo und Verbesserungsansätze

a. Analyse Prozesse Berücksichtigung Wettbewerb

b. Zeitverwendung für Kundenorientierung / Organisation

c. Kontaktpunkt-Bewertung durch Kunden und Mitarbeiter

Transparenz der IST-Situation schaffen und Ansätze zur Optimierung finden;

Priorisierung

2. Sofortmaßnahmen Prozessverbesserungen

Umsetzung erlösseitiger Sofortmaßnahmen

3. Detaillierungsphase / Feinkonzept

Detaillierung Stellhebel / Erarbeitung Feinkonzept

Verbesserungsfortschritt erzielen und detaillierte Ausarbeitung von Maßnahmenpaketen;

Identifizierung neuer Ansatzpunkte und Definition des SOLL-Konzeptes

4. Umsetzung Kundenorientierung

Implementierung SOLL-Konzept

» Organisation

» Prozesse

» Systeme und Werkzeuge

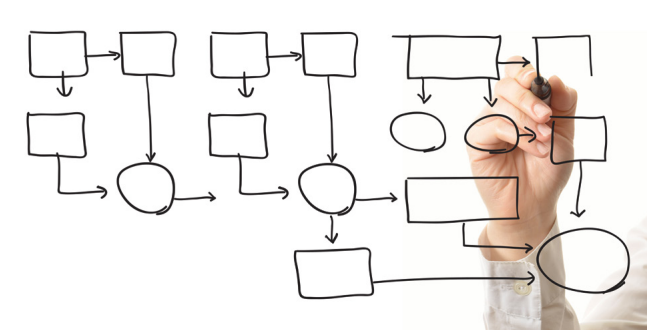
» Mitarbeiter / HR

Effiziente, kundenorientierte Prozesse;

Schaffung von Transparenz und Ergebnissen

1a. Lassen Sie Ihre Prozesse kritisch prüfen und erfahren Sie, was der Wettbewerb besser macht.

Kontaktpunkte-Check



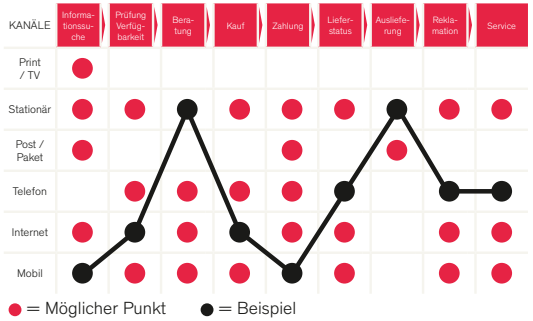
Analyse interner Prozesse

- Profunde Analyse und Dokumentation der Prozesse von der Informationseinholung bis hin zum After Sales (Weg des Kunden)
- Analyse aller Schnittstellen
- Identifizierung von Schwachstellen in Leistungsprozessen
- Geschwindigkeit bei Kundenanfragen (Informationseinholung, Beschwerden, Services)

Identifizierung Kontaktpunkte

- Ausarbeitung der Kontaktpunkte zum Kunden

Analyse der Kanäle



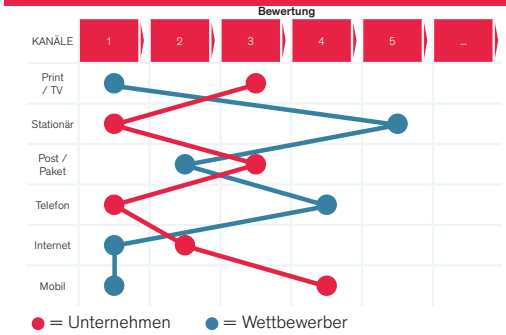
Analyse Kanäle

- Prüfung der Performance unter-schiedlicher Kanäle in den einzelnen Kontaktphasen (Bekommt der Kunde was er will? Schnelle Problemlösungen, einheitlicher Service, kein Mehraufwand)
- Prüfung der adäquaten Informationsbereitstellung (z.B. Kennt der Vertrieb eingereichte Beschwerden?)

Verzahnung der Kanäle

- Dokumentation des Informationsflusses zwischen den Abteilungen (z.B. Weitergabe Kundenanforderungen und Kundendaten)

Mitbewerbsanalyse



Analyse Kontaktpunkte Wettbewerb

- Felderhebungen beim Wettbewerb (Überprüfung Prozesse und Abwicklung bei ausgesuchten Unternehmen)
- Performance-Check: Unternehmen vs. Wettbewerb (Schnelligkeit, Einfachheit)
- Identifizierung „weißer Flecken“, nicht angebotener Möglichkeiten (z.B. Online-Verfügbarkeit)
- Identifizierung Best Practices

Ableitung Handlungsempfehlungen

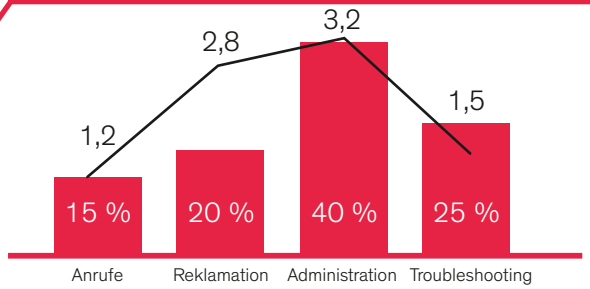
- Empfehlung Portfolio-Optimierung
- Definition Inhalte, die bisher nur vom Wettbewerb belegt sind

▶ Festlegung der Stoßrichtung

1b. Erprobte Vorgehensweisen in der Organisationsanalyse identifizieren Engpässe und legen Verbesserungspotenziale offen.

Organisations-analyse

Zeitverteilung für Kunden



- Zeitverbringung für Kundenbetreuung und Mehraufwände (aus Prozessschwachstellen)
- Peak-Zeiten und Auslastungen; Zusammenspiel Kapazitätsplanung
- Kundenorientierung

Verantwortlichkeiten und Flexibilität

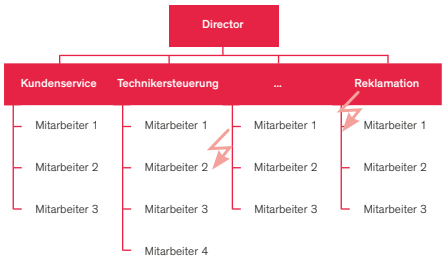
Beschreibung der Aktivitäten / Namen der Mitarbeiter	Anrufentgegennahme	Produktinformationen	Aktiver Verkauf	Rechnungserstellung	Rechnungskontrolle	Techn. Lösungskompetenz	Reklamationsbearbeitung	Planung Schulungsmaßnahmen	Technischer Ratsuchsupport	Remote Services	Vertragspartnerkoordination
Hr. Meier	A	A	A	t	n	A	Q	A	A	A	A
Fr. Jokel	A	A	A	t	n	n	Q	n	n	n	n
Hr. Biermann	A	A	t	t	n	t	Q	n	A	t	t
Fr. Sanft	A	A	t	t	n	n	Q	n	n	n	n
Fr. Müller	A	Q	t	t	t	n	A	n	n	n	n
Fr. Mertens	A	Q	t	A	t	n	A	n	n	n	n
Fr. Ritter	A	Q	t	A	A	n	A	n	n	n	n

A = aktiv (qualifiziert und übt die Tätigkeit aus)
Q = qualifiziert, übt die Tätigkeit aber nicht aus
t = kurzfristig trainierbar (innerhalb von drei Monaten)
n = nicht kurzfristig trainierbar

Engpass Service

- Analyse Verantwortlichkeiten (klare Regelungen)
- Identifizierung des kritischen Personaleinsatzes
- Ableitung Coaching- und Trainingsbedarf an Kontaktpunkten
- Flexibilitätsanalyse
- Prüfung Aufgabenverteilung

Organisation



Kundenservice und Reklamation mit unterschiedlicher Führung …

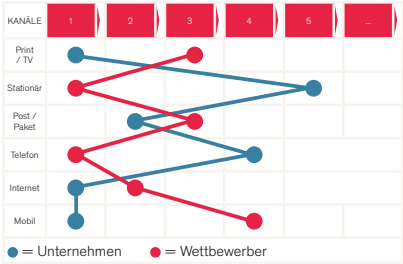
- Prüfung der Schnittstellen und der Effizienz der Gestaltung
- Organisatorische Ausgestaltung, Verteilung der Aufgaben, Kompetenzen und Verantwortungen
- Zuteilung der Mitarbeiter nach den Skills und der benötigten Kapazität
- Berichtswesen

1c. Erkennen und beseitigen Sie Schwachstellen! Bewertung durch Kunden und Mitarbeiter schafft eine objektive Ausgangsbasis.

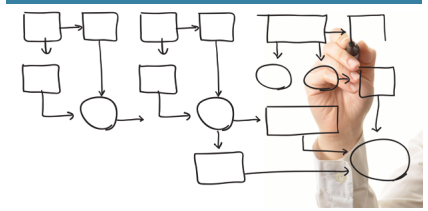
Grundlagen-Analyse

Prozesse

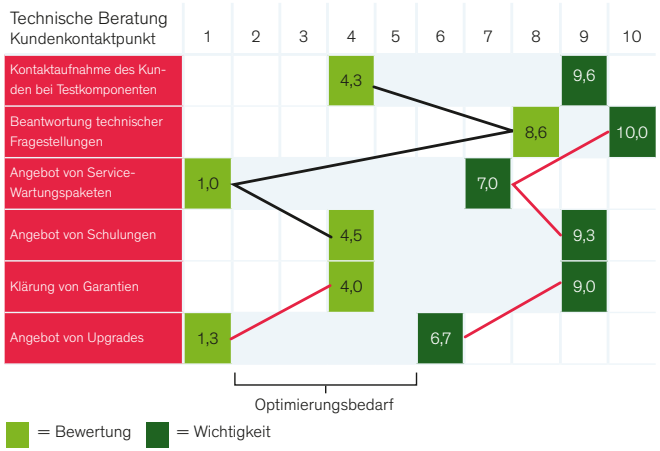
Wettbewerb



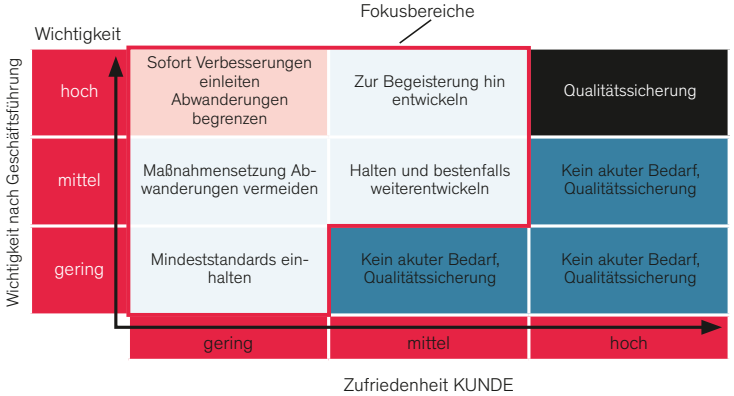
Zeitverteilung Organisation



Kontaktpunkt-Bewertung Kunden und Mitarbeiter



Priorisierung durch Kundenbewertung



Bewertung durch Mitarbeiter und Kunden zeigt Verbesserungspotenzial aus Kundensicht (Wichtigkeit vs. Zufriedenheit) und Problembewusstsein (Mitarbeiter)

Bewertung durch die Kunden

- Identifizierung Zielkunden
- Schwachstellen aus Kundensicht
- Ableitung Frequenzen an Kontaktpunkten (Nutzungsgrad)
- Identifizierung Verbesserungspotenziale

Bewertung durch die Mitarbeiter

- Kritische Punkte
- Aufnahme Verbesserungsansätze
- Workshops zum SOLL
- Kritische Beurteilung der eigenen Leistungen

Priorisierung

- Identifizierung wichtigster Kontaktpunkte
- Ableitung von Weiterempfehlungspotenzialen
- Identifizierung kapazitätsvernichtende Kontaktpunkte mit geringer Wichtigkeit
- Ableitung Kosten-Nutzen Relation

Klare Stoßrichtung vorgegeben; Verbesserungspotenziale identifiziert

2. Profitieren Sie direkt von den identifizierten Sofortmaßnahmen – Schnelle Umsetzung.

Handlungsoptionen

Neu / Ausbau

- Aufnahme nicht vorhandener Kontaktpunkte
- Erweiterung der Kontaktpunkte mit Diversifikationspotenzial
- Implementierung schneller Verbesserungsmaßnahmen (Prozesse, Verantwortlichkeiten)

Streichen

- Organisatorische Änderungen / Barrierenbeseitigung
- Direkte Eliminierung bewerteter, minderwertiger Kontaktpunkte
- Streichung von nicht erwarteten Leistungen / Mehrleistungen

Straffen

- Beibehaltung der ‚Muss"-Kontaktpunkte mit geringem Begeisterungs- / Weiterempfehlungspotenzial
- Ableitung Mindestanforderungen
- Freispielen überschüssiger Kapazitäten

Schnelle Verbesserung der Kontaktpunkte durch bewährte Vorgehensweise

Bereitstellung Instrumente und Methodik	Systematische Einbindung aller Mitarbeiter	Pragmatismus und schnelle Umsetzung

3. Detaillierte Umsetzungspläne und klare Verantwortlichkeiten – Schaffen Sie eine bessere Kundenorientierung!

Mögliche Handlungsfelder

Stellhebel		Bearbeitungsfokus	Ergebnis
Umsatzsteigerung	**Erhöhung Kundenzeit**	Erhöhung effektive Verkaufszeit, effiziente Service- und Back-Office-Organisation	» Konkrete, detaillierte Maßnahmen mit kurz- bis mittelfristigen Umsetzungserfolgen » Unternehmens- und branchenspezifische Stellhebel » Priorisierung » Werkzeuge für eine effektive Umsetzungs-steuerung
	Verbesserung Kontaktpunkte / Kanäle	Einführung und Ausweitung von Kontaktpunkten inkl. Service- und Betreuungslevel und Schulungen	
	Kundensegmentierungen	Entwicklung potenzialorientierter Zusatzgeschäfte, Identifizierung Potenzialkunden und Gebiete	
Aufwands-optimierung	**Senkung der Administrationsaufwände**	Vermeidung von zeitfressenden Abstimmungsschleifen und Erhöhung der Kundenzeit	
	Streichung / Straffung	Minimierung Aufwände an nicht priorisierten Punkten, Eliminierung Kapazitätsfresser	
	Reaktionszeit	Optimierte Personaleinsatzplanung zur kontinuierlichen Servicierung des Kunden	
Kunden-orientierung / Effektivität	**Klare SOLL-Abläufe**	Effiziente, nach Mehrwert aus Kundensicht ausgerichtete SOLL-Abläufe	
	Verbesserte Informationen	Einheitliche, zielorientierte Dokumentationen, erforderliche Kundendaten	
	Standardisierung Informationsfluss	Bereitstellung der Kundendaten in allen Kanälen zur verbesserten Servicierung	

4. Umsetzungsstärke durch erfahrene Teams und Pragmatismus – Halten Sie das Tempo bei!

Pragmatische Lösungskonzepte

- Erprobte Methoden und Benchmarks
- 80 / 20 Analysen schnelles und potenzialorientieres Vorgehen und Handeln
- Bewährte Lösungen aus der Praxis als Input
- Umsetzungsmodule

Keine Verkomplizierung!

Praktiker und Experten

- Branchenexperten
- Operatives Projektmanagement
- Pragmatismus
- Sozialkompetenz und Durchschlagskraft

Keine Theorien!

Systematisches Umsetzungscontrolling

- Verbindliche Potenziale und Messbarkeit
- Umsetzungspläne und Zielvereinbarungen
- Umsetzungsstatus

Keine Fragezeichen!

Konsequentes Change Management

- Projekt-Roadshow / Informationskaskade
- Mitarbeitereinbindung / Teambildung
- Umsetzungsbegleitung / Beseitigung von Barrieren

Keine Mauern!

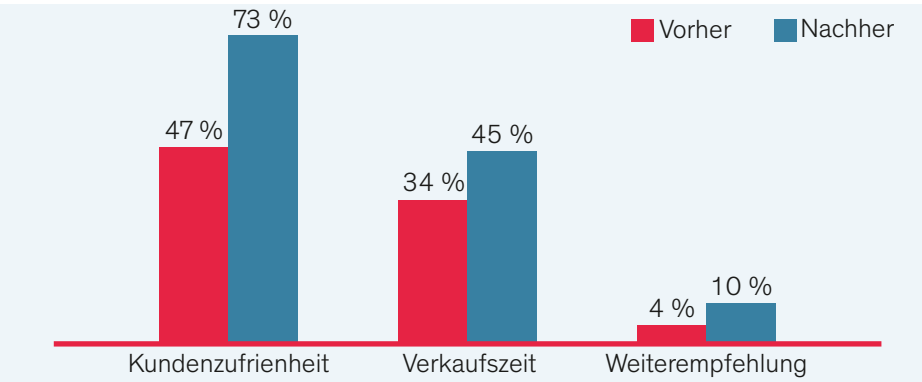
Eine gemeinsame Erarbeitung von Wachstumsplattformen und detaillierte Konzepte sichern den Umsetzungserfolg!

Branchenbeispiel Maschinenvertrieb – Effizienzsteigerung in der Kundenbetreuung und wesentliche Erhöhung der Kundenzufriedenheit

Projektsteckbrief

Branche:	Herstellung und Vertrieb von Maschinen
Vertriebsstruktur:	Händlernetzwerk in Europa
Projektziel:	Effizienzsteigerung im Vertrieb und der Marktbearbeitung
Projektlaufzeit:	Analyse und Konzeption 2 Monate Umsetzungsphase 4 Monate

Projektergebnis



Ausgangssituation

- Unbefriedigende Marktstellung und Verlust von Kunden an den Wettbewerb
- Ungenutzte Marktpotenziale
- Ineffizienzen zwischen den Abteilungen erhöhen die Wartezeiten / Durchlaufzeiten
- Unzufriedene Kunden bezüglich der Abwicklung der Geschäftsprozesse
- Langsame Prozesse und unklare Verantwortlichkeiten

Zielsetzung Vertriebsprojekt

- Kundenorientierte Prozesse
- Berücksichtigung der Stärken des Wettbewerbs
- Klare Verantwortlichkeiten
- Minimierung von Prozesshemmnissen
- Verkürzte Reaktionszeiten
- Umsatzsteigerung durch aktiveren Verkauf

Projektergebnisse im Detail

Erhöhung des Marktanteils von 10 % auf 16 %
Erhöhung der aktiven Betreuungszeit um 36 %

- Integration effizienterer und innovativer Prozesse
- Verbesserung der Schnittstellen
- Neukonzeption der Kundenbetreuung
- Signifikante Reduzierung von zeitfressenden Aufgaben
- Anstieg der Kundenzufriedenheit
- Mehr Kundenzeit bei reduziertem Aufwand
- Streichung, Straffung und Neudefinition von Kontaktpunkten

IQ. I do.

- Tiefe funktionale Expertise in allen Bereichen der Wertschöpfungskette.
- Vom Verkauf über die Produktion bis hin zum After Sales
- Erfahrung aus über 350 Projekten im In- und Ausland

„Man muss sich im Business fragen: Wie großartig möchten wir sein? Dieser Ehrgeiz ist Voraussetzung, um Exzellentes zu erreichen.“

Clemens Satke, Gründer
und Geschäftsführer von SHS.

„In der Umsetzung provozieren wir regelrecht zur Disziplin und Konsequenz. Anders werden die Dinge nicht auf den Boden gebracht.“

Florian Schatz, Gründer
und Geschäftsführer von SHS.

Operative Beratung auf Augenhöhe.

Neugierig geworden?

Kontaktieren Sie uns!

SHS Unternehmensberatung GmbH
Michael-Walz-Gasse 37 | 5020 Salzburg
+43 662 64 13 86 | letswork@shs.at

WWW.SHS.AT