

## Umdenkprozess beim After Sales Service

**Die gesamte Consumer Electronics Branche steht derzeit vor einem der nächsten größeren Umbrüche. Margen für die meisten Produkte sind nicht mehr in dem Maße vorhanden, wie zur Goldgräberzeit der Branche Ende der 90er Jahre.**

Durch hohe Gewinne konnten viele Importeure und Hersteller in der Vergangenheit ihren After-Sales Service weitestgehend vernachlässigen. Zur Freude einiger Kunden wurde jeder vermeidliche Garantiefall, meist ohne Überprüfung, gegen Neuware ausgetauscht oder vom Handel gutgeschrieben. Viele Hersteller beklagten, dass Kunden insbesondere gegen Ende der Garantiezeit gehäuft Garantieansprüche stellten. Selbst solche Waren wurden meistens getauscht oder mangels Verfügbarkeit gutgeschrieben. Dies ist nur eine der Folgen einer vernachlässigten After-Sales Strategie.

Diese Zeiten sind vorbei. Durch härteren Wettbewerb und knappere Gelder kann auf diese Weise niemand mehr überleben. Untermuert wird dies eindrucksvoll durch zahlreiche Insolvenzen und Geschäftsaufgaben der letzten Jahre, im Umfeld der Consumer Electronics. Auch schwindende Gewinne bei einzelnen Produktgruppen sorgen dafür, dass die klassische After-Sales Struktur nicht mehr tragbar ist.

Erschwert wird das Ganze durch die immer weiter steigende Komplexität der Produkte. Von Verbrauchern wird heute ein höheres Maß an Fachkenntnis gefordert. So konnte noch vor ein paar Jahren fast jeder Konsument ohne Bedie-

nungsanleitung seinen Neuerwerb in Betrieb nehmen. Diese Zahl nahm in den Jahren nach 2000 rapide ab. Viele verzweifelte Kunden tauschen daher Ihre frisch gekauften Waren aufgrund von Bedienfehlern einfach um. Die vielen On-linehändler mit Ihren Rückgaberechten machen es leicht.

Durch Rückgaben entstandene Kosten sind jedoch in der Regel auf Seiten der Hersteller nicht in dieser Form kalkuliert, was zur Folge hat, dass viele Produkte im Nachhinein ins Minus Abrutschen.

Aktuelle Statistiken über die Nutzung von Support Hotlines besagen, dass bei komplizierten Produkten, wie z.B. Internetradios über 10 % der Kunden den technischen Support kontaktieren müssen. Die wenigsten Anfragen erfolgen aufgrund wirklicher Defekte. Schwierigkeiten mit der Einrichtung oder der Bedienung machen mehr als 90% der Kontakte einer Hotline aus.

Demzufolge sind Hersteller gezwungen Support Hotlines für Kundenfragen bereitzustellen, da ansonsten die Rücksendequoten astronomische Höhen erreichen.

Im Folgenden entsteht ein weiteres Problem: Das Verkaufspersonal im Handel ist gezwungen stärker beratend tätig zu sein. Hierzu ist Fachwissen gefragt, soll der Handel im Wettbewerb mit günstigen Onlineshops auf Dauer gewinnen. Dies erfordert Verkaufspersonal, das ein produktübergreifendes Warenkenntnis besitzt. Auch Bedienfehler müssen vom Handel erkannt werden, da Rücksendungen auch für den Handel immer teurer werden.

Um die anfallenden Servicekosten auf Seiten des Handels sowie bei den Herstellern zu reduzieren und Verbrauchern zufriedenstellende Lösungen anzubieten sind Innovationen gefragt.

Neue Servicekonzepte müssen her, die helfen indirekte Servicekosten und Bearbeitungskosten zu minimieren. Darüber hinaus muss das Verkaufspersonal im Handel besser auf die technischen Produkte geschult werden.

Servicekonzepte, die auf Austausch und Gutschrift beruhen, funktionieren nicht mehr und sprengen jeden Kostenrahmen. Hinzu kommen frustrierte Kunden deren Markenbindung und Markentreue zerstört wird.

Mit einem vermeidlich defektem Internetradio im Markt vor die Wahl gestellt entscheiden sich über 90 % der Kunden aufgrund Ihrer schlechten Erfahrungen mit dem zuerst gekauften Gerät für ein Konkurrenzprodukt.

„Das Entwickeln von neuen Servicekonzepten zur Kostenoptimierung und vor allem zur Festigung der Markentreue eines Kunden wird in Zukunft für alle Hersteller von Unterhaltungselektronik zu einem überlebenswichtigen Schritt. Im Handel sind Maßnahmen zu Schulung des Verkaufspersonals wichtiger denn je, will man nicht von den vielen großen Online Versandhäusern überholt werden. Der Handel muss sich durch kompetente Beratung und Fachkenntnis auszeichnen. Hierzu sind neue und innovative Lösungen gefragt“, so Marcus Kugeler, Geschäftsführer der Rater PST – professional support technologies GmbH.

Die neuesten für den Fachhandel relevanten Studien zeigen ein einheitliches Bild: Laut der Studie „Servicereport 2010 des BVT“ macht jeder vierte Kunde schlechte Serviceerfahrungen. Etwa die Hälfte wechselt danach die Einkaufsquelle. An dieser Stelle liegen hohe Risiken für den Fachhandel, aber auf der anderen Seite auch die Chancen.

Eine Möglichkeit sich zu profilieren, liegt in der Betreuung von Kunden nach der Garantie bzw. Gewährleistungszeit. Viele Fachhändler betreiben aus Kostengründen keine eigenen Werkstätten mehr. Hinzu kommt mangelnde Verfügbarkeit von Ersatzteilen. Fachhändler verschwenden dabei ein riesiges Potential an Kundenbindung. Guter Service, auch nach der Garantie, ist ein wesentlicher Garant zur Kundenbegeisterung und damit zum Empfehlungsmarketing.

Lösungen bieten hier Dienstleistungsunternehmen, die sich auf industrielle Reparaturen spezialisiert haben. Nur Sie können auch günstige Produkte reparieren. Ein weiteres Problem für den Fachhandel stellen Garantieverpflichtungen nach Firmenpleiten dar. Durch turbulente Umschwünge des Marktes und die Unberechenbarkeit von Garantiefällen in einigen Produktklassen werden zunehmend auch diese Bedrohungen realistisch. Die veranschaulichen gerade die

Firmenpleiten der jüngsten Zeit anschaulich. Auch hier können industrielle Lösungen weiterhelfen.

Dies ist nur ein kleiner Teil auf dem weiten Weg besserer Kundenbindung. Weitere wichtige Aspekte liegen in der gezielten Mitarbeiterschulung, auf die wir in späteren Artikeln genauer eingehen werden. Durch kompetente Beratung, bessere Produkte und besseren Service kann der Fachhandel Kunden binden. Aufgrund schlechter Erfahrungen sind viele Kunden wieder Bereit einen höheren Preis zu zahlen. Es dürfen nicht mehr nur einfach Produkte verkauft werden, sondern Kunden möchten Lösungen haben

(Marcus Kugeler, langjähriger Experte für die Themen After-Sales und Servicemanagement und Geschäftsführer der Rater PST - professional support technologies gmbh ( [www.ps-tech.de](http://www.ps-tech.de) )

### **Lesen Sie in den nächsten Teilen:**

1. Herstellerunabhängige Produkt- und Verkaufsschulungen
2. Der Service im Wandel – zukunftssträchtige Lösungen
3. Servicekonzepte für den Handel
4. Servicekosten optimieren – Zugewinn durch Service
5. Kundenbegeisterung und Kundenbindung durch After-Sales Lösungen

## **Unternehmensinformation / Kurzprofil**

Die PST - professional support technologies gmbh, ist ein unabhängiger Full Service Dienstleistungsspezialist für elektronische Produkte.

Nach dem Motto „Wir machen Service, den Sie sich leisten können“ unterstützt PST sowohl Industrie-, als auch Handelsunternehmen bei der Serviceabwicklung. Das Motto soll verdeutlichen, dass PST auf schnelle, effiziente und vor allem kostengünstige Servicelösungen für seine Kunden setzt.

Der Schwerpunkt der Arbeiten liegt im gesamten Bereich des After Sales für CE und IT Produkte. Ein weiterer Kern liegt im derzeit sehr gefragten Bereich der Assemblierung (SKD), sowie in der Aus- und Weiterbildung von Mitarbeitern in Industrie- und Handelsunternehmen.

PST ist für den Produktservice, die Garantiefallabwicklung sowie die Qualitätskontrolle namhafter Hersteller und Handelsunternehmen von Haushalts- und Unterhaltungselektronik zuständig. Hierbei ist das Hauptziel, durch effiziente und herausragende Abläufe, zum kostengünstigsten Anbieter zu werden. Darüber hinaus verfolgt PST das Ziel unabhängig zu bleiben und jeden Kunden neutral zu beraten, damit dieser von den weit reichenden Erfahrungen in den Bereichen Service und Qualitätssicherung profitieren kann. Ein hoch motiviertes Mitarbeiter-Team aus Technikern für Unterhaltungselektronik, Computer Hard- und Software bildet hierbei die Grundsäule des Unternehmens.

Weitere Informationen finden Sie im Internet unter [www.ps-tech.de](http://www.ps-tech.de)

**Für weitere Informationen, Bildmaterial und Presseanfragen wenden Sie sich bitte an:**

### **PST – professional support technologies GmbH**

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Salvatore Rocco  
Breitscheider Weg 117  
40885 Ratingen  
Tel.: (+49) 2102 – 16897 - 31  
E-Mail: [rocco@ps-tech.de](mailto:rocco@ps-tech.de)

Im Falle einer Veröffentlichung bitten wir um Zusendung eines Belegexemplars