eEvolution®
CONNECTING BUSINESS TO SUCCESS

Optimale Service-Erlebnisse für starke Kundenbeziehungen

Mehr Kundenzufriedenheit, Effizienz und Gewinn durch digitales Service Management

Inhalt

Digitale Transformation vom Kundenservice | 4

Das neue Normal: Evolution des Kundenservicemodells | 7

Herausforderungen bei der Service-Evolution | 8

Optimaler Field Service durch smarte Planung | 10

Veränderung der Aufgaben | 11

Schlüsselfaktoren für digitales Service Management | 12

Schnellere Lösung mit AR und Smartglasses | 14

Mit Know-How Kundenerwartungen übertreffen | 16

Referenz: BENNING Elektrotechnik und Elektronik | 18

ERP-integrierte Service Management Lösung | 20

Digitale Transformation vom Kundenservice

Bei vielen Unternehmen, auch außerhalb des Investitionsgüterbereichs hat der After Sales Service an Bedeutung gewonnen. Aus dem ehemals als Beiwerk zum Primärgeschäft betrachteten Service Management ist ein wichtiges Differenzierungsmerkmal geworden. Deshalb ist es besonders wichtig, dass Sie sich auch nach dem Verkauf Ihres Produktes hervorragend um Ihre Kunden kümmern, denn das ist ein wichtiges Verkaufsargument für Ihre Produkte oder Leistungen.

Während der primäre Produktverkauf stark von konjunkturellen Zyklen abhängig ist, wird das After-Sales-Geschäft meistens gering davon beeinflusst und trägt damit zur Sicherung des langfristigen Unternehmenserfolgs bei. Eine McKinsey-Analyse (2019) über 30 Branchen zeigte, dass die durchschnittliche Gewinnspanne für den Aftermarket 25 % betrug, verglichen mit 10 % für den Verkauf neuer Produkte. Darüber hinaus können Unternehmen, die volle Transparenz über ausgelieferte Produkte erreichen, den Servicevertrieb verbessern und ihren After-Sales-Umsatz innerhalb von 3 bis 5 Jahren um 30 bis 60 % steigern. Damit rückt die Dienstleistung am Kunden immer mehr in den Mittelpunkt, wenn es um Gewinnsteigerung, Abgrenzung vom Wettbewerb und sogar Neukundengewinnung geht. Das bestätigt auch eine Studie von Field Service News Research, die die Auswirkungen der Kundenzufriedenheit im Service auf Folgegeschäfte untersuchte. Erwartbar war die positive Auswirkung auf Umsätze mit Bestandskunden. Allerdings gaben auch 89 % der befragten Serviceführungskräfte an, dass hohe Kundenzufriedenheitswerte ein "extrem wichtiges" oder „sehr wichtiges“ Element bei der Gewinnung neuer Kunden sind.

Ein umfassendes Service Management stellt das After Sales Team häufig vor komplexe Herausforderungen. Ob Ersatzteilversorgung und Reparaturservice, Wartungsverträge und Remote Services oder Beratungsleistungen und Kundenschulungen – Customer Services verlangen nach einem neuen, ganzheitlichen Blickwinkel. Neue Strategien, Infrastrukturen und digitale Tools ermöglichen es jedoch, das Service Management profitabler als je zuvor zu gestalten.

Gerade die aktuellen Fortschritte im Bereich der digitalen Transformation schaffen hier eine echte Win-Win-Situation in Bezug auf Kundenbindung und operative Effizienz. Vor diesem Hintergrund untersucht dieses Whitepaper die Herausforderungen, Chancen und zukunftsweisenden Ansätze, die ein erstklassiges, gewinnmaximiertes Service Management ausmachen.

- **Serviceumsätze sind planbarer und gleichmäßiger als das schwankende Neukundengeschäft**
- **Digitale Geschäftsmodelle sorgen für mehr Umsatz, höhere Margen und Effizienzsteigerung**
- **Proaktiver und effektiver Service ist ein Differenzierungsmerkmal im globalen Wettbewerb**
- **Serviceangebote bestehend aus Produkt und Dienstleistung schaffen eine ganzheitliche Kundenbetreuung und Kundenbindung**
- **Erstklassige Serviceleistungen als „Value Added Services“ sind ein wichtiger Baustein für den Vetriebserfolg des Unternehmens**

Früher

- × Technologie funktionierte nur eingeschränkt
- × Öffnungszeiten von 9 bis 17 Uhr an 5 Wochentagen
- × Anbieter bestimmt die Interaktion
- × Kunde wiederholt sein Anliegen auf jedem Kommunikationskanal
- × Hohes Callcenter-Aufkommen
- × Kunde findet Inhalte
- × Kunde repariert Produkt
- × Servicemitarbeitende arbeiten in einer Vielzahl von Systemen

Zukünftig

- ✓ Neue Technologien sorgen für eine bessere Kundenerfahrung
- ✓ 24/7 Verfügbarkeit
- ✓ Kunde bestimmt die Interaktionen
- ✓ Anbieter kennt alle Informationen aus jedem Kanal
- ✓ Hohes Mobile Messaging Aufkommen
- ✓ Inhalte finden über den Kunden
- ✓ Produkt repariert sich selbst
- ✓ Servicemitarbeitende arbeiten auf einer Plattform

Das neue Normal: Evolution des Kundenservicemodells

Der Kundenservice wurde in der Vergangenheit häufig als ein notwendiges Übel betrachtet oder so organisiert, wie es für das Unternehmen am bequemsten war. Da Kunden damals nicht die Möglichkeit einer sofortigen Kommunikation per E-Mail, Messengerdienst oder soziale Medien hatten, konnten schlechte Erfahrungen auch nicht geteilt werden. Das sieht heute anders aus. Rückläufige Produktion und Absatzmöglichkeiten sowie die Zunahme der digitalen Transformation rücken die Potentiale des After-Sales-Service immer mehr in den Fokus.

Noch vor einigen Jahren war die Customer Journey bereits mit dem Verkaufsabschluss beendet. Wenn Kunden danach Hilfe brauchten, waren sie auf die Geschäftszeiten des Lieferanten angewiesen. Seitdem hat sich der Kundenservice stark weiterentwickelt. Die Customer Journey ist nicht nach der ersten Transaktion abgeschlossen, sondern es gehört zur Kundenbindung dazu, mit einem außergewöhnlichen Service zu punkten und aus Kunden Fans zu machen.

Viele Unternehmen haben das erkannt und bereits begonnen, eine digitale Kundenservice-Strategie zu implementieren, bei der dem Kunden viele Kontaktkanäle zur Verfügung stehen. Sie rechnen daher mit Self-Service-Optionen und 24/7-Verfügbarkeit der Anbieter. Durch die zunehmende Remote Work im Arbeitsalltag, sind Menschen verstärkt auf sofortigen, jederzeit zugänglichen Online-Support angewiesen. Wer diese Art kundenorientierter und zielgruppenrelevanter Service bietet, der wird loyale Kunden an sein Unternehmen binden. Das fängt schon bei der optimalen Auffindbarkeit wichtiger Schlüsselbegriffe in allen gängigen Suchmaschinen an. Zukünftig wird hier das Internet der Dinge zum Einsatz kommen und Kunden informieren, dass bei der Anlage oder Maschine etwas nicht stimmt, noch bevor es zum Stillstand in der Produktion kommt.

Darüber hinaus sollten Produkte und Dienstleistungen durch intelligenten In-Product-Support ergänzt werden, um Servicemitarbeitern Hilfe an genau der Stelle anzubieten, an der sie benötigt wird. Im Idealfall sind Produkte in der Zukunft dazu fähig, sich selbst zu reparieren, z.B. mit einem entsprechenden Softwareupdate. Dies setzt voraus, dass Unternehmen verstehen, was ihre Kunden benötigen - nach welchen Begriffen und Services sie bei Problemen suchen, um dafür passende Lösungen zu entwickeln.

Genauso wichtig ist aber auch die digitale Unterstützung der Servicemitarbeiter. Häufig ist es so, dass sie sich durch eine Vielzahl von unterschiedlichen Systemen oder gar Papierablagen wühlen müssen, um die entsprechenden Lösungen für die Kunden bereitzustellen oder ihre Techniker effizient für einen Serviceeinsatz zu koordinieren. Genau dieser Bereich bietet enorm hohe Potentiale, um optimale Kundenerlebnisse zu schaffen. Nichts ist schlimmer, als wenn eine Produktionslinie länger zum Erliegen kommt und der Field Service auf sich warten lässt.

Herausforderungen bei der Service-Evolution

Wie bereits zuvor erwähnt, sind die Reibungsverluste bei der Bearbeitung von Servicefällen auf Seiten der Kunden, aber auch bei den Servicemitarbeitenden häufige Störfaktoren, die zu Frustrationen auf beiden Seiten führen können. Die Servicequalität macht laut Deloitte für Kunden von Maschinen- und Anlagenbauern mit rund 50 % den größten Anteil bei der Entscheidung über eine Investition aus. Das lässt sich sicher auch auf andere Branchen übertragen.
Doch was hindert Unternehmen daran, sich strategisch in die gewünschte Richtung zu entwickeln und ein großartiges Serviceerlebnis für alle Beteiligten zu bieten? Wir haben ein paar der wichtigsten Gründe zusammengefasst, in denen Sie vielleicht auch Ihre derzeitigen Herausforderungen wiedererkennen:

Uneinheitliche Sichtweise auf den Kunden

Unternehmen haben häufig Schwierigkeiten, eine ganzheitliche Sichtweise auf den Kunden zu entwickeln. Das liegt daran, dass sie voneinander isolierte Anwendungen betreiben. Infolgedessen gelingt es ihnen auch nicht, ihren Kunden eine konsistente und konsolidierte Sicht über alle Dienste hinweg zu bieten.

Unzureichende Datenintegration

Aufgrund der isolierten zugrundeliegenden Systeme sind auch die Daten und Dokumente, die für die effiziente Erbringung von Serviceleistungen erforderlich sind, isoliert und nur unzureichend in die Prozesse der Dienstleistungserbringung integriert. Eine unzureichende Integration zwingt die Mitarbeiter, mit fehlerhaften Daten umzugehen oder auf manuelle Umgehungslösungen wie Exceltabellen zurückzugreifen, was die Servicequalität insgesamt beeinträchtigt.

Fehleranfällige Prozesse durch manuelle Dateneingaben

Ein Großteil der Bearbeitung von Serviceanfragen basiert heute noch auf manuellen und fehleranfälligen Datenerfassungen sowie Prozessen. Fehlende Automatisierung, schwache Dokumenten- und Datenintegration und die Abhängigkeit von manuellem Aufwand bei der Verfolgung und Weiterentwicklung der Prozesse führen zu trägen und unzureichenden Reaktionen auf Kundenbedürfnisse.

Mangelnde Sichtbarkeit und Kontrolle für das Management

Angesichts der Vielzahl von Diensten, die ein Unternehmen über das erweiterte Ökosystem hinweg abdeckt, führt der Mangel an Sichtbarkeit und Kontrolle über diese Prozesse zu verschiedenen blinden Flecken im Betrieb. Diese blinden Flecken kumulieren sich und schaden dem Unternehmen mehr, als ihm bewusst ist.

Lange Bereitstellungszyklen

Die Anforderungen der Digitalisierung verlangen von den Unternehmen eine modulare, service- und kundenorientierte Prozessarchitektur, die agile Methoden und modular aufgebaute Anwendungen unterstützt. Die ganzheitliche Programmarchitektur bestehender Systeme zwingt die IT-Abteilung jedoch dazu, bei jeder Änderung sämtliche Auswirkungen auf alle abhängigen Komponenten zu testen. Aufgrund des enormen Aufwands, der für jede kleine Änderung erforderlich ist, bleiben viele der bestehenden Dienste weiterhin veraltet und können den technologischen Fortschritt nicht nutzen.

Fazit

» Trotz all dieser Herausforderungen ist die Metamorphose Ihres Kundensupports von entscheidender Bedeutung. Lassen Sie sich dabei nicht von der Mammutaufgabe abschrecken. Die digitale Transformation verschafft dem Kundensupport einen nachhaltigen Schub, indem sie es den Unternehmen ermöglicht, Services zu automatisieren, bessere Services zu erbringen und sogar ganz neue Services anzubieten, um dadurch neue Umsätze zu generieren.

Optimaler Field Service durch smarte Planung

Die Digitalisierung im Field Service Management sorgt genau für den schnellen und zuverlässigen Service, den Ihre Kunden benötigen. Effiziente Prozesse sparen Zeit und helfen Technikern produktiver zu arbeiten. Das steigert auch die Kundenzufriedenheit. Außerdem halten digitalisierte Arbeitsabläufe die Kosten niedrig und helfen Wachstumschancen für das Unternehmen zu generieren.
Die folgenden Beispiele vergleichen das herkömmliche traditionelle Service Management mit digitalisierten Arbeitsabläufen. Damit werden die Vorteile eines digitalen Field Service Managements transparent: von der Terminplanung und Serviceausführung bis hin zur Rechnungsstellung.

Terminierung von Serviceaufträgen

Bei der manuellen Disposition von Serviceaufträgen erstellt der Innendienst die Serviceaktivitäten, druckt sie aus und stellt sie dem Servicetechniker zur Verfügung. Er nimmt die Akte mit dem Zeitplan und allen Details entgegen, wenn er sich auf den Weg zum Kunden macht. Wenn etwas fehlt, muss er anrufen, um weitere Informationen anzufordern.

Bei einem digitalen Prozess bekommt der Techniker über eine App alle relevanten Daten zum aktuellen Auftrag, aber er hat auch die Servicehistorie im Blick. Durch die Verknüpfung der App mit dem ERP- oder Warenwirtschafts-System hat er darüber hinaus noch Zugriff auf weiterführende Informationen wie den Lagerbestand von Ersatzteilen oder notwendige Details zu den Anlagenkomponenten. So ist Ihr Techniker immer gut vorbereitet am Einsatzort.

Alle Informationen immer zur Hand

Wenn Techniker vor Ort sind, stellen sie manchmal fest, dass Aufträge komplexer sind als ursprünglich vom Kunden beschrieben, und dass sie zusätzliche Informationen und Daten wie Betriebsanleitungen oder Bauteillisten benötigen. Entweder haben sie die benötigten Informationen zufällig parat oder sie müssen im Büro anrufen.

Mit einer mobilen Field-Service-Lösung sind alle wichtigen Daten und Dokumente bereits in einer App verfügbar. Wenn ein Problem bei Wartungs- und Reparaturarbeiten auftritt, können Techniker auf eine Fülle von Ressourcen zugreifen: von Checklisten bis hin zu Schulungsvideos oder sogar einem Video-Call mit einem Experten.

Veränderung der Aufgaben

Cross-Selling und Upselling

Traditionell gehören Cross-Selling und Upselling nicht zu den Aufgaben eines Servicetechnikers. Bestenfalls vermerken die Techniker vielleicht auf einem Bericht, dass ein Kunde am Kauf eines neuen Geräts oder einer zusätzlichen Funktionalität interessiert ist. Diese wichtigen Informationen erreichen oft nur zufällig das Verkaufsteam.

Mit einem digitalen Ansatz, bei dem ERP mit CRM und Service Management verknüpft ist, können die Techniker das Kundenfeedback sowie Upselling- oder Cross-Selling-Möglichkeiten in Echtzeit weitergeben. Neben der Schaffung neuer Verkaufsmöglichkeiten trägt diese proaktive Reaktion auf Kundenanforderungen zu einer höheren Kundenzufriedenheit bei.

Berichterstattung und Fakturierung

Bei einem manuellen Ansatz im Service Management füllt der Techniker handschriftlich ein Berichtsformular aus, das der Kunde dann unterschreibt. Darin enthalten sind Angaben zu den erledigten Aufgaben und der benötigten Zeit. Da die Berichte oft unter Zeitdruck erstellt werden, sind sie manchmal schwer zu lesen und erschweren die manuelle Übertragung in ein ERP-System zur Rechnungserstellung durch den Innendienst.

Bei einem digitalen Ansatz verwenden die Techniker ein mobiles Endgerät, um die Details des Serviceeinsatzes direkt in das ERP-System einzugeben. Dies verhindert doppelte Eingaben, reduziert Fehler und ermöglicht einen Echtzeit-Überblick über den Servicestatus.

Nachdem alle Informationen eingegeben wurden, bitten die Techniker den Kunden um eine digitale Unterschrift zur Bestätigung des Abschlusses der Arbeiten. So kann die Rechnungslegung sehr zeitnah erfolgen.

Schlüsselfaktoren für ein erfolgreiches digitales Service Management

Online- und Offlinelösungen

Augmented Reality und Smartglasses

Business Intelligence

Wissensmanagement

Sicherheit für Service Techniker

Smarte Field Service Planung

Immer auf dem Laufenden bleiben mit Online- und Offlinelösungen

Mobilität und 24x7 störungsfreier Zugriff auf wichtige Daten, unabhängig vom Internetzugang, sind heute für viele Unternehmen entscheidend, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Digitale Service Management Lösungen versorgen Servicetechniker mit Daten über Serviceaufträge, von der Auftragshistorie bis hin zu benötigten Ersatzteilen und technischen Eigenschaften der Wartungsobjekte. Die Daten werden oft in der Cloud gespeichert und einige Softwarelösungen bieten Zugang zu den Informationen über ein mobiles Gerät.
Es ist jedoch noch praktischer und effizienter, wenn den Technikern alle notwendigen Informationen über eine App zur Verfügung stehen, die auf Smartphones, Tablets oder Notebooks installiert ist und auch offline genutzt werden kann. Der entscheidende Vorteil einer App ist, dass der Servicetechniker jederzeit auf das System zugreifen kann, unabhängig von der Netzwerkverbindung. Neue Informationen, die der Techniker beim Kunden eingibt, werden automatisch mit dem ERP-System synchronisiert, sobald das Gerät wieder online ist.

Wie digitales Service Management den Kunden- und Serviceaufwand reduziert und die Kundenzufriedenheit steigert

Auflösen von Daten- und Informationssilos

Der Austausch relevanter Erkenntnisse mit möglichst vielen Interessenvertretern - wie Technikern, Vorgesetzten und Kunden - ist entscheidend, um die Vorteile von mobilen Geräten für das Servicemanagement zu nutzen. Nur diese Art von Ansatz ermöglicht es Ihnen, dass alle kundenrelevanten Informationen zwischen Techniker und anderen Kollegen nahtlos im gesamten Unternehmen zur Verfügung stehen.
Die Produktivität im Außeneinsatz wird optimiert, Cross-Selling- und Upselling-Möglichkeiten werden gezielt unterstützt, und die Konsistenz in der Kundenkommunikation aufrechterhalten. Sie sollten auch auf integrierte Technologien bauen, um das Nutzererlebnis zu optimieren und die Kosten zu minimieren. Bevor Sie eine mobile Service Management Lösung einführen oder versuchen ein bestehendes Programm zu verbessern, müssen Sie zunächst die Informations- und Kommunikationsbedürfnisse der Techniker analysieren.

Zeitersparnis bei der Erstellung von Berichten

Ein weiterer Vorteil von mobilen Lösungen ist die schnelle und einfache Erstellung von Berichten, die früher mühsam aus handschriftlichen Notizen zusammengestellt wurden. Mittels Service App wird automatisch ein Bericht erstellt, wenn die Techniker den Serviceeinsatz beendet haben. Nach der Erfassung der Arbeitszeit werden die Daten automatisch in einen Rechnungsstellungs-Workflow übertragen. Darüber hinaus können die Techniker auch verwendete Ersatzteile erfassen, die auch an das ERP-System übermittelt werden.

Schnellere Lösungen mit AR und Smartglasses

Die Wartung spezieller Geräte erfordert möglicherweise individuelle Fachkenntnisse, eine Voraussetzung, die nicht jeder Techniker erfüllen kann. Hier kann Augmented Reality (AR) den Techniker vor Ort unterstützen. Dafür werden Smartglasses genutzt, die der Techniker im Servicefall zur Hand nimmt. Mit dem Einsatz einer solchen Datenbrille läuft der Remote Service wie folgt ab:
Nach dem Einschalten der Smartglasses verbindet sich der Techniker mit dem Experten im Büro mittels Videochat. Jetzt kann der Experte auf seinem Desktop Maschine oder Anlage aus Sicht des Technikers begutachten und die Problemstellung beurteilen. Der Experte kann Tipps und Hinweise geben. Er hat zusätzlich die Möglichkeit, Markierungen, Informationen und Schaltpläne ins Display der Smartglasses einzuspielen. Der Techniker vor Ort bekommt so die notwendigen Hinweise, um die Wartung erfolgreich durchzuführen. Gerade für neue Teamkollegen ermöglicht dies eine erheblich effizientere Arbeitsweise als das parallele Nachschlagen in einem Handbuch oder einer Datei.

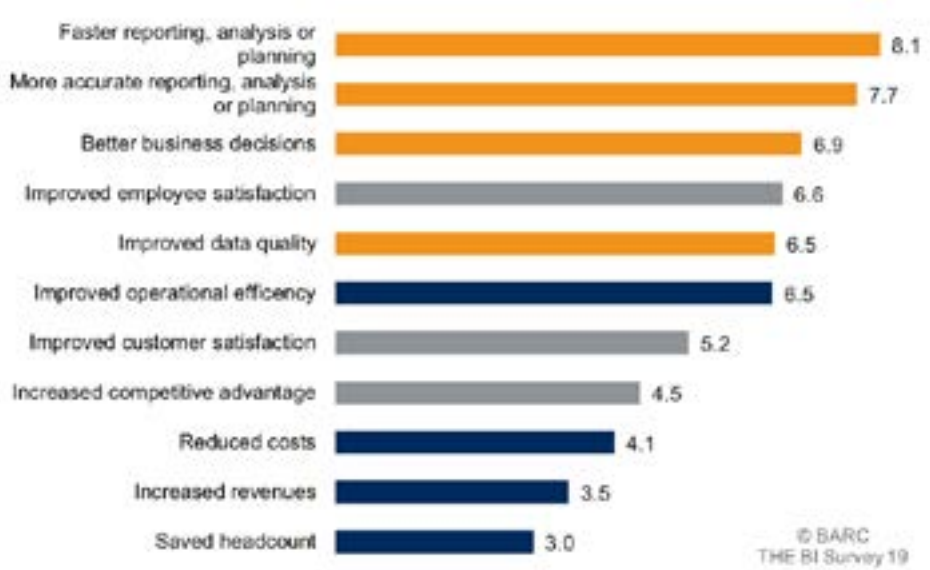
Vorteile von Augmented Reality (AR) im Field Service

- Schnelle Inbetriebnahme, Wartung und Inspektion
- Erhöhte Produktivität des Service-Technikers
- Verringerte Fehlerquote und Ausfallzeiten
- Remote Assistance durch Experten
- Beschleunigte Ausbildung von Technikern
- Höhere Verfügbarkeit an Technikern

Einsatz von Business Intelligence für mehr Transparenz bei den Serviceprozessen

Business Intelligence (BI) kann einen wichtigen Beitrag bei der Beschleunigung und Optimierung von Serviceprozessen leisten. Sie kann beispielsweise helfen, die Komplexität der Kundendaten zu reduzieren, die Ihre Serviceteams über verschiedene Kanäle erhalten. Auf diese Weise erleichtert BI
die Arbeit Ihrer Servicemitarbeiter erheblich. Darüber hinaus lassen sich mit BI-Lösungen auch Prozessleistungen verfolgen, um Schwachstellen und Engpässe zu erkennen.
Bei enormen Datenmengen in verschiedenen Systemen kann BI aus diesen Daten nützliche Erkenntnisse gewinnen. Relevante Informationen über frühere Aufträge werden extrahiert und analysiert, um Ursachen für Abweichungen zu finden, Entscheidungen zu treffen und entsprechende Maßnahmen zu ergreifen.
Mit der Erstellung von Echtzeit-Dashboards, Berichten und Analysen können Prozesse und Abläufe im Service Management übersichtlich visualisiert und ausgewertet werden. Sie erhalten Einblicke in die Effizienz der Serviceleistung anhand der abgeschlossenen Aufträge. Diese Daten können genutzt werden, um Standardreparaturzeiten genauer zu ermitteln und den künftigen Servicebedarf abzuschätzen.
Ferner ist es im Rahmen von strukturierten Fehleranalysen möglich, aus der täglichen Praxisarbeit im Service wertvolle Erkenntnisse über Fehlersymptome, deren Ursachen und die besten Maßnahmen zu deren Behebung zu gewinnen. Dadurch kann auch ermittelt werden, welche Bauteile in welchem Umfeld nach welcher Einsatzdauer ausfallen bzw. repariert oder ersetzt werden müssen. Den Servicemitarbeitenden stehen so schnell relevante Informationen im Sinne eines digitalen Wissensmanagements zur Verfügung. Integrierte Service Management Systeme bieten hierzu vielfältige Möglichkeiten der Datensammlung, Datenaufbereitung und Datenverdichtung zu Kennzahlen sowie Statistiken.

Vorteile durch BI – So sehen es die Unternehmen



Mit dem richtigen Know-How Erwartungen übertreffen

Kunden erwarten heutzutage, dass der Kundenservice sich sofort um ihr Problem kümmert und es ohne lange Ausfallzeiten behebt. Gerade im Service Management hängt der Geschäftserfolg direkt von der Fähigkeit ab, Wissen zu verwalten und anzuwenden. Dafür müssen die Techniker zunehmend ihr Know-how über verschiedene Systeme, Maschinen und Anlagen erweitern. Der Zugang zu detaillierten Informationsquellen, unterstützt durch leistungsstarke Technologie, hilft ihnen dabei, die Probleme vor Ort schnell und effizient zu lösen.
Traditionell wurde Wissen bislang in Form von Dokumenten, Handbüchern und Anleitungen weitergegeben. Diese waren dann oftmals nicht vor Ort beim Kunden verfügbar. Mit einer digitalen Lösung können Sie auf Daten und relevante Informationen in Echtzeit zugreifen. Der Zugang zum Fachwissen Ihres Unternehmens wird erleichtert und lässt sich online und offline abrufen. Das reduziert papierbasierte Prozesse. Die Mitarbeiter erhalten die Einblicke, die sie benötigen um die Leistung vor Ort zu optimieren.

Verbesserung der Sicherheit von Mitarbeitern im Außeneinsatz

Erhöhtes Stressniveau durch häufige Wechsel von Serviceeinsätzen und ständig neue Bedingungen vor Ort gefährden die Servicetechniker im Außendienst durch Arbeitsunfälle. Ein Moment der Unachtsamkeit kann für den Servicetechniker gefährlich oder gar tödlich sein. Die Einhaltung der Umwelt-, Gesundheits- und Sicherheitsrichtlinien sind daher für viele Kunden ein entscheidender Faktor bei der Auswahl eines Dienstleisters. Die Gesundheit und Sicherheit der Mitarbeiter darf nicht dem Zufall überlassen werden. Sie können das digitale Service Management nutzen, um eine einheitliche Sicherheitskultur für Servicetechniker zu etablieren.

Eine Möglichkeit ist die Integration von Risikoanalysen in Form von Checklisten in die Arbeitsabläufe. Bevor die Techniker mit der Arbeit beginnen, können sie die Checklisten ausfüllen, idealerweise über ihre Service Mobile App. Dabei wird der Techniker Schritt für Schritt zu den möglichen Risiken befragt. Abschließend erfolgt eine Einstufung des Risikos zusammen mit detaillierten Anweisungen.

Wie andere Unternehmen Ihren Customer Service digitalisiert haben

Unternehmen, die das strategische, aber auch wertschöpfende Potential des After-Sales-Service erkennen, setzen auf integrierte Service-Management-Lösungen innerhalb eines ERP-Systems. Sie verringern mit einer ganzheitlichen digitalen Lösung ihre Abhängigkeit vom Neukundengeschäft und steigern ihre Wettbewerbsfähigkeit.

Tatsächlich lässt sich über die letzten Jahre eine Zunahme der Angebote im Bereich After-Sales-Services bei vielen Unternehmen erkennen. Damit einhergehend wächst auch der Bedarf an Professionalisierung und Service Engineering. Mit einer ERP-integrierten Service-Management-Lösung lassen sich Anlagen, Serviceverträge, Garantien, Rechnungen und vieles mehr reibungslos mit digitalen Workflows verwalten. Unser ERP-System eEvolution Hive9 bietet die Funktionen und Flexibilität, die für die komplexen Anforderungen von mittelständischen Industrie- und Dienstleistungsunternehmen im Bereich eines effizienten Service Managements benötigt werden. Dort werden neben einer hochfunktionalen Fertigungssteuerung auch Lager- und Logistikprozesse und der Kundendienst perfekt integriert.

Referenzprojekte

Die folgende ausgewählte Referenz zeigt, wie eEvolution Sie bei der Abbildung sämtlicher Serviceprozesse mit Hilfe von einfach zu bedienenden Modulen unterstützt und sowohl Effizienz als auch Kundenzufriedenheit durch digitales Service Management nachhaltig steigern.

BENNING Elektrotechnik und Elektronik GmbH & Co. KG

Die Anforderungen

Um Servicefälle schnell und effizient bearbeiten zu können, setzt BENNING bereits seit 20 Jahren auf verschiedene eEvolution Lösungen wie Service Mobile, Service Innendienst und ERP. Betreut werden Sie dabei durch die eEvolution ERP GmbH & Co. KG (ehemals COMPRA), die die kundenspezifischen Anforderungen in unserem ERP-System eEvolution Hive9 umsetzt. Insbesondere die technische Leitstelle, die Einsatzsteuerung, das Facility Management sowie das Reparatur- und Ersatzteilwesen werden durch den Einsatz von eEvolution Service Management effizient unterstützt.

Reibungslose Einsatzplanung im Field Service

Neben dem Einsatz der eEvolution Service Lösung im Werkstatt-Bereich, in der technischen Leitstelle sowie im Customer-Support wurde auch eEvolution Service Mobile bei BENNING eingeführt, um das Arbeiten im Field Service zu optimieren. Dadurch lassen sich Serviceeinsätze und Techniker leichter koordinieren. Einsatzdaten können direkt am Einsatzort erfasst und direkt an den Service Innendienst oder

BENNING

Das Unternehmen BENNING, welches bereits 1938 in Bocholt gegründet wurde, hat sich mittlerweile zum Global Player für zuverlässige Smart-Efficiency Stromversorgungen für Telekommunikation, Industrie sowie Medizin- und Datentechnik entwickelt. Weltweite Niederlassungen sind für den Zusammenbau, Vertrieb und Service von Batterieladegeräten sowie Stromversorgungssystemen zuständig. Im Fokus stehen dabei insbesondere Kundennähe, technische Kompetenz und ein leistungsfähiges Servicekonzept.

Auf einen Blick

Branche: Industrie
Gründung: 1938
Hauptsitz: Bocholt
Beschäftigte: > 500
Anzahl Lizenzen: > 100
Kunde seit: 2001
Website: www.benning.de

Wissensdatenbank für Techniker steigert Problemlösungskompetenz

Bewährte Lösungen sollte man wieder anwenden, denn ein bekanntes Problem braucht nicht doppelt analysiert zu werden. Eine Wissensdatenbank mit umfangreichen Such- und Auswertungsmöglichkeiten, direkt im Service Management integriert, sorgt für die Erfassung von Fehlern und deren Lösung. Die so dokumentierten Erfahrungen steigern die Geschwindigkeit bei der Fehleranalyse und deren Behebung. So werden bewährte Lösungswege erfasst und können für jede künftige Bearbeitung ähnlicher Fälle nutzbar gemacht werden.

Automatisches Verarbeiten von Störmeldungen

Bei Störmeldungen wie Messwertüberschreitungen wird automatisch ein Alarm per Datentransfer an die technische Leitstelle ausgelöst. Gleichzeitig wird ein Störungsauftrag angelegt und geprüft, wie dieser behoben werden kann. Der Auftrag wird daraufhin entweder an eigene Servicetechniker oder auch für die Reparatur zuständige Subdienstleister weitergeleitet. Es wird geprüft, ob die Störung gegebenenfalls durch Fernwartung oder nur lokal vor Ort behoben werden kann. Nach erfolgreicher Behebung des Störfalls wird der Kunde im Anschluss über das Ergebnis informiert.

Effizientes Arbeiten dank Workflows

Um wiederkehrende Arbeitsabläufe so effizient wie möglich zu gestalten, setzt BENNING auf die Arbeit mit Workflows. Für verschiedenste Arbeiten wie beispielsweise Wartungen oder Störungsaufträge, die immer nach dem gleichen Schema ablaufen, wurden die Arbeitsabläufe in Flussdiagramme überführt. Damit wird sichergestellt, dass vom Servicepersonal keine Arbeitsschritte vergessen werden. Ebenso wird über die Erfassung von Zeitstempeln eine automatische Protokollierung des Serviceauftrags geführt.

eEvolution
Service Mobile App

Zufriedene Kunden & Mitarbeiter mit einer ERP-integrierten Service-Management-Lösung

Häufig wird der Servicealltag noch mit traditionellen analogen Instrumenten wie Stecktafel und Durchschreibesätze gelebt oder von teil-digitalisierten Prozessen zwischen Word, Outlook und Excel geprägt. Mit einer ERP-integrierten Service-Management-Lösung gehören inkonsistente Datenbestände, unübersichtliche Aktenordner und Insellösungen der Vergangenheit an.

Mit eEvolution Service Mobile oder der eEvolution Service App sind Ihre Servicetechniker in der Lage, vor Ort auf Kundeninformationen, Gerätehistorien und Serviceaufträge zuzugreifen. Sie können effizient ihre Einsatzzeiten erfassen, Checklisten abhaken oder Fotos anfügen. Der Kunde erhält direkt seinen digitalen Servicebericht und der Innendienst alle Informationen für weitere Aktionen in Echtzeit. Nutzen Sie die Potentiale einer ERP-integrierten Service-Management-Lösung und verbessern Sie die Kundenzufriedenheit durch überzeugende After-Service-Leistungen.

eEvolution Service Management: Die wichtigsten Features und Funktionen

- Serviceverwaltung, -planung und -abwicklung
- Serviceberichte und -analysen
- Zentrale Verwaltung servicebezogener Daten im Kundenstamm
- Status-Updates
- Routenoptimierung
- Wissensmanagement
- Ersatzteilmanagement
- Anlagen- und Assetmanagement
- Wartungs-, Service und Garantiemanagement
- Integrierter Rechnungsprozess
- Vertragsmanagement
- AR-gestützte Remote Services

Über die eEvolution Service Management Lösung

Das eEvolution Service Management ist ein äußerst effizientes Instrument, mit dem Sie Ihre gesamten Serviceprozesse organisieren, automatisieren und gleichzeitig wirtschaftlicher gestalten. Durch den modularen Aufbau lassen sich Ihre Prozesse im Service Management einfach und schnell im Standard abbilden, aber auch skalierbare individuelle Erweiterungen bis zur ganzheitlichen Service Management Suite für komplexe Serviceprozesse sind möglich. Mobil-Funktionalitäten von eEvolution Service Mobile oder der eEvolution Service App stehen zur Verfügung, um ihren Field Service in die effektive Abwicklung von Serviceprozessen nahtlos einzubinden. Sie wollen mehr über das Service Management mit eEvolution erfahren? **Dann besuchen Sie uns online.**

Kontaktieren Sie uns noch heute für mehr Informationen über maßgeschneiderte ERP-Lösungen für Ihr Unternehmen

Ein individuell auf Ihr Unternehmen zugeschnittenes ERP optimiert Ihre Geschäftsprozesse und verschafft Ihnen Wettbewerbsvorteile.

info@eevolution.de +49 (0) 51 21–28 06 72 www.eevolution.de

Jetzt per Mail kontaktieren

eEvolution®
CONNECTING BUSINESS TO SUCCESS

eEvolution ERP GmbH & Co. KG
Speicherstraße 9
31134 Hildesheim

Telefon: +49 (0) 51 21–28 06 72
E-Mail: info@eevolution.de

www.eEvolution.de

©2026 eEvolution ERP GmbH & Co. KG.
Alle Rechte vorbehalten. eEvolution sowie das eEvolution Logo sind eingetragene Markennamen der eEvolution ERP GmbH & Co. KG. Alle anderen Markennamen sind Eigentum der jeweiligen Rechteinhaber. Technische, formale und druckgrafische Änderungen vorbehalten. Stand Oktober 2026.