



Die Umsätze und die Margen im Service sind im Vergleich zu den Produktumsätzen und -margen in den letzten zehn Jahren überdurchschnittlich gestiegen. Das betrifft sowohl Hochtechnologie- und IT-Zulieferer als auch Unternehmen aus dem Maschinen- und Anlagenbau und vielen weiteren Branchen. Dieser Trend wird sich in den nächsten Jahren zunehmend verstärken.

Das hat zur Folge, dass das Servicegeschäft genauso professionell wie das Produktgeschäft betrieben und gemanagt werden muss. Um dies zu erreichen, ist es notwendig, den Service mit bestehenden Best Practices auf- und auszubauen und zu professionalisieren. Man spricht hier bereits von der Industrialisierung des Servicegeschäftes.

Dazu bedarf es umfangreicher Erfahrungen und Kenntnisse, insbesondere um sowohl die Servicequalität als auch die Kundenzufriedenheit hoch zu halten oder zu steigern.

Gleichzeitig ergeben sich große Herausforderungen durch neue Trends und Veränderungen im Markt. Entwicklungen wie die Business-Modelle „Pay per use“ oder „Managed Services“ sowie die Einführung neuer Technologien stellen wachsende Anforderungen sowohl an das operative Ser-

vicegeschäft als auch an den Servicevertrieb. Zu den Technologietreibern zählen:

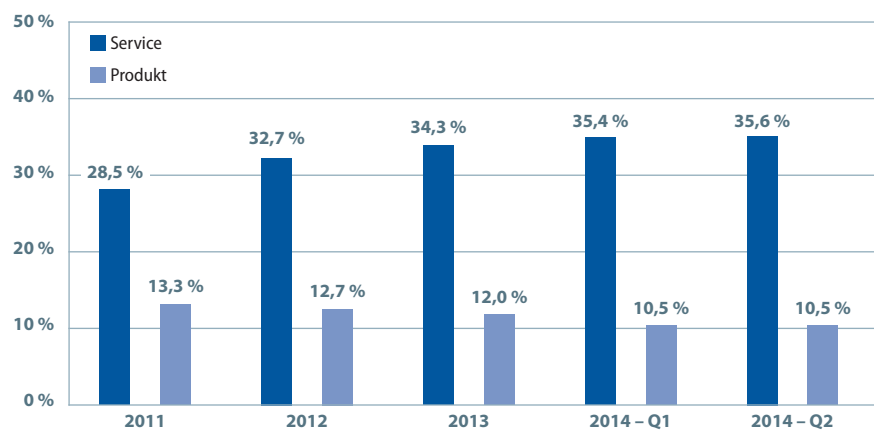
- Machine-to-Machine Communication (Industrie 4.0, das „Internet der Dinge“, Big Data)
- Service-Apps und Service-Portale
- Social Media
- Recommended Systems
- Augmented Reality

### Neue Trends und Herausforderungen

Der Wettlauf zwischen der Software- und Informationsindustrie und der „Alten Welt“ hat längst begonnen. Autos von Google und Apple sind bereits Realität und mit Themen wie „Virtual Reality“ beschäftigt sich auch der Maschinen- und Anlagenbau. Insbesondere für Unternehmen wie Apple, Google und Amazon sind

### GEWINNSPANNEN IN DER VERARBEITENDEN INDUSTRIE

Quelle: Europäisches Service Institut, „Service Excellence 2014“



Während die Margen im Service seit den letzten vier Jahren kontinuierlich steigen, gehen sie im Produktbereich spürbar zurück.

## Benchmarking im Kundenservice

# Industrie trifft Service 4.0

Mit Service lässt sich Geld verdienen, wenn er gut gemanaget wird. Die Industrie verfolgt dies professionell unter dem Schlagwort „Industrie 4.0“. Ein Projekt des Europäischen Service Instituts überträgt dieses Best Practice-Modell nun auf Kundenservice-Organisationen.

die neuen, servicebasierten Geschäftsmodelle die zukünftigen Treiber des Geschäftserfolgs.

Eine europäische Antwort auf diese Entwicklung ist „Industrie 4.0“. Ein aktuelles Thema, das die Service-Einheiten vor eine ganz besondere Herausforderung stellt: Die Vernetzung der Maschinen und Systeme schreitet sehr schnell voran und der Service wird sich zu einem wesentlichen Treiber (oder Verhinderer) von neuen Geschäftsmodellen entwickeln. Die wenigsten Unternehmen sind heute schon für diese Entwicklung gewappnet und haben bereits neue Services implementiert.

### Neues Institut unterstützt Professionalisierung des Service

Um Unternehmen bei der Bewältigung dieser Herausforderungen zu helfen, neue und zukunftsfähige Dienstleistungen zu entwickeln und die neuen Potenziale auszuschöpfen, wurde das Europäische Service Institut (ESI) ins Leben gerufen. Das Institut wurde gegründet durch das Fraunhofer IOSB Karlsruhe, 2hm & Associates und Professionals on Demand GmbH.

Aufgabe des ESI ist es, Unternehmen bei der Professionalisierung und Optimierung ihres Servicegeschäftes zu helfen. Organisationen, die ihre Servicepro-

zesse kennen und messen, sind in der Lage, diese zu optimieren und damit die Basis zu legen für:

- Umsatzsteigerungen im Servicegeschäft
- Margensteigerungen im Servicegeschäft
- Optimierung von Serviceleistungen
- Optimierung von Serviceprozessen
- Entwicklung neuer Serviceprodukte
- Entwicklung neuer Geschäftsmodelle

### Das ESI und CallCenterProfi kooperieren

In Zusammenarbeit mit dem Fraunhofer IOSB hat ESI jetzt für CallCenterProfi-Leser ein mehrstufiges, spezifisches Leistungsmodell zur Optimierung des operativen und strategischen Servicegeschäftes entwickelt. Mithilfe dieser Dienstleistungen können Unternehmen für die neuen

Herausforderungen „fit gemacht“ werden. Ziele sind:

- die Steigerung der Wertschätzung des Service-Bereichs im Unternehmen und
- den Service-Bereich als Wachstumsmotor des Unternehmens zu etablieren.

In den nächsten Ausgaben von CallCenterProfi werden wir die Treiber hinter der „Service 4.0“-Entwicklung näher beleuchten, die verschiedenen Module des ESI-Leistungsmodells (bestehend aus den Segmenten „Diagnose“, „Analyse“ und „Implementierung“ unter die Lupe nehmen und (auch die monetären) Vorteile für CallCenterProfi-Leser vorstellen. <

## KONTAKT

### Sie haben bereits jetzt konkrete Nachfragen?

Dann wenden Sie sich unter dem Stichwort „CallCenterProfi“ an:  
 Europäisches Service Institut/co  
 Professionals on Demand GmbH  
 Klaus Riese, Lyoner Straße 34, 60528 Frankfurt am Main  
 Mail: [Klaus.Riese@european-service-institute.eu](mailto:Klaus.Riese@european-service-institute.eu)  
 Web: [www.european-service-institute.eu](http://www.european-service-institute.eu)

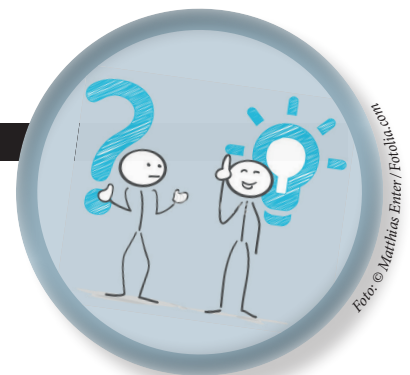


Foto: © Matthias Eiter / Fotovision