18. Dezember 2019

Innovatives Service-Konzept bei thyssenkrupp Aufzüge

Neue Wege im Service beschreitet der Lift-Hersteller thyssenkrupp in Deutschland: Service24, das Servicecenter von thyssenkrupp Aufzüge, arbeitet mit einem innovativen Service-Konzept. Seitdem läuft der Kontakt zu Servicetechnikern und Kunden deutlich entspannter. Auch eingeschlossene Personen, die den Notruf drücken, erwartet ein einfühlsamer, kompetenter Dialog. Von der entspannten Professionalität profitieren zudem die Mitarbeiter.

Ralph Lange und Helga Schuler

Unter dem Motto „Fahr den Spaß nach oben“ hat das Servicecenter von thyssenkrupp Aufzüge ein neues Service-Konzept eingeführt. (Foto: privat)

Exzellenten Service zu gewährleisten und zu halten ist auch im Industrieumfeld eine Herausforderung. Die Tücken des Alltags, die Belastung der Mitarbeiter, immer neue Prioritäten, Projekte, und nicht zuletzt der viel zitierte innere Schweinehund lassen den Kunden-Fokus schnell aus dem Sichtfeld geraten.

Aus guten Gesprächen exzellente machen

Viele Serviceeinheiten hängen an den letzten, entscheidenden 20 Prozent. Sie führen gute, aber keine exzellenten Gespräche. Gemessen wird Service-Exzellenz über den sogenannten NSP-Wert (Net Promoter Score). Das ist der Bewertungsindex für den Grad der emotionalen Kundenbindung und der Empfehlungsbereitschaft. Nur wenn der Kunde auf einer Skala von 1-10 einen Wert über 8 vergibt, gilt dies als hohe Servicequalität. Auch gegenüber Industriekunden wird exzellenter Service immer wichtiger.

Der Sprung vom guten Gespräch auf eines mit Top-Niveau, ist nicht einfach. Die Hürde lässt sich oft nur mit einem neuen, überraschend anderem Verhalten überwinden. Der Sprung in Richtung 10 (= Exzellenz) gelang bei thyssenkrupp Aufzüge mit einem Konzept, das die Freude am Gespräch und den empathischen Kundendialog in den Vordergrund stellt.

Neues Service-Konzept bei thyssenkrupp Aufzüge

Service24, die Notrufzentrale von thyssenkrupp Aufzüge, sitzt mit ihrem Team in Berlin. Hier klingeln die hauseigenen Servicetechniker genauso durch wie eingeschlossene Passagiere, hinzu kommen Hausverwalter und Eigentümer mit ihren Anliegen. 90.000 Anrufe laufen im Monat auf, in Stoßzeiten 85 Anrufe pro Minute. Viele Calls sind ultrakurz und dienen dem reinen Anlagencheck. Andere sind inhaltlich sehr anspruchsvoll. Hinzu kommen die Notrufe eingeschlossener Personen, die vom Service nicht nur Schnelligkeit erfordern (90% der Notrufe werden innerhalb 15 Sekunden entgegengenommen), sondern auch ein hohes Maß an Empathie. Das hohe Anrufvolumen, der Mix aus kurzen Routine-Calls, anspruchsvollen Kundengesprächen und dringlichen Notrufen verlangt den Mitarbeitern einiges ab. Hinzu kommt der fachliche Anspruch des Technologieführers thyssenkrupp. Die Service-Kommunikation ist professionell, freundlich und sachlich.

Die neuen Servicestimmen aus dem Aufzug

Doch das reicht den Teams um Abteilungsleiterin Bärbel Rensch nicht mehr aus. Um auf Kunden und Eingeschlossene einfühlsamer eingehen zu können und mit der hohen emotionalen Belastung und dem Stress im Alltag besser klar zu kommen, arbeitet Service24 seit kurzem mit dem Service-Konzept „Emotional Power“ von Top-Perform. Das hierfür von den Teamleitern selbst entwickelte Motto „Fahr den Spaß nach oben“ samt Hashtag #fdsno ist dabei Programm: Die Kundengespräche sollen leichter vor der Hand gehen, Freude bereiten und verständnisvoller werden.

Kulturwandel

Denn, das hat man auch bei thyssenkrupp festgestellt: Um Kunden emotional zu berühren, reichen freundliche Gespräche, die sich auf die sachliche Lösung fokussieren, nicht aus. Stattdessen soll mit den Kunden ein einfühlsamer, lockerer Dialog entstehen, der alle Beteiligten entspannt. „Ziel ist es, die Lage des Gesprächspartners emotional zu spiegeln und bisweilen durchaus humorvoll aufzugreifen“ erklärt Abteilungsleiterin Bärbel Rensch. Damit soll der gute Service noch besser und auch die Mitarbeiter zufriedener werden.

Hierfür mussten sich Atmosphäre und Einstellung in den Teams ändern. Angestoßen wurde der Kulturwandel durch Workshops zunächst im Führungskreis, gefolgt von Impulstagen für alle Mitarbeiter.

Einfach etwas anders machen

Die Anleitung ist so simpel wie anspruchsvoll: Einfach etwas anders machen, in dem Mitarbeiter immer wieder gezielt aus der Gesprächsroutine ausbrechen. Seitdem wird schon mal der Servicetechniker beim Systemtest zum Lachen gebracht, statt ihn mit Standardfloskeln abzuspeisen. Der Effekt: Der Servicemitarbeiter freut sich plötzlich auf den nächsten Anruf, empfindet die vielen Routinetelefonate als deutlich weniger belastend. „Wir können dadurch auch schon mal spontan die Stimmung im Team drehen“, beschreibt Teamleiter Martin Sahm das Konzept, bei dem auch spielerische Ansätze wie Floskel-Bingos die gute Laune in den Teams fördern und halten. Die höhere Achtsamkeit und Wachheit in den Routinedialogen helfen bei der einfühlsamen Kommunikation mit Eingeschlossenen oder in schwierigen Kundengesprächen.

„Fahr den Spass nach oben“ – das Motto ist Programm, denn auch im Service soll eine Prise Humor nicht zu kurz kommen. (Foto: privat)

Experimentieren erlaubt

Wer im Gespräch überraschen will, muss sich jedoch trauen, das auch auszutesten. Für die Führungskräfte ist das keine einfache Aufgabe. Sie müssen schließlich zulassen, dass die Mitarbeiter sich im realen Dialog ausprobieren. Teamleiter Mirko Ebel hat seine Hausaufgaben diesbezüglich gemacht: „Ich vertraue den Mitarbeitern und lasse deutlich mehr Experimente zu als früher“, freut er sich.

Service, der leicht von der Hand geht und gut ankommt

Das Fazit von Abteilungsleiterin Bärbel Rensch: „Ich war überrascht über die sehr positive Resonanz der Mitarbeiter, wie bereitwillig sie die neuen Impulse aufgenommen und umgesetzt haben. Da haben auch meine Teamleiter gute Arbeit geleistet.“ Insgesamt hat sich die Atmosphäre bei den freundlichen Servicestimmen aus den Aufzügen von thyssenkrupp deutlich gelockert. Es wird mehr gelacht, positive Gespräche werden von allen sehr viel stärker wahrgenommen und auch bei den Gesprächspartnern kommt die kompetente, überraschend sympathische neue Art zu kommunizieren ausgezeichnet an.

Die Autoren:
Ralph Lange hat gemeinsam mit Gründerin Helga Schuler das Erfolgsprogramm „Emotional Power“ für Serviceorganisationen entwickelt. Seit 2019 hat Ralph Lange die Leitung des Berater- und Trainer-Netzwerks inne. www.top-perform.de