

Guter Service im digitalen Zeitalter

WISSENSFORM: Im Gespräch mit Bestseller-Autorin und Unternehmensberaterin Sabine Hübner

„In schlechter Servicefilm lässt sich nicht einfach zurückschalten und mit einem besseren Drehbuch neu produzieren“, sagt Sabine Hübner. Sie gilt als Serviceexpertin Nummer eins in Deutschland. Renommierte Unternehmen vertrauen auf die Empfehlungen der Bestseller-Autorin. Ihre Bücher haben das Service-Verständnis vieler Menschen nachhaltig geprägt. Am 24. Juli kommt die Keynote-Speakerin als Referentin zum Wissensforum nach Bozen.

„WIKU“: Frau Hübner, Sie behaupten, Service sei wie darstellende Kunst. Er sei nicht materiell, werde individuell unterschiedlich wahrgenommen und lebe via Kommunikation.

Nimmt der Service in unserem digitalen Zeitalter einen höheren Stellenwert ein als noch vor 20 Jahren?

Sabine Hübner: Sagen wir so: Je digitaler die Welt, desto mehr sehnt sich der Mensch nach einer hohen Begegnungsqualität. Darüber hinaus gilt, dass sich der Kunde von heute überall auskennt, dass er alle Kommunikationskanäle nutzt, über verschiedene Transaktionskanäle zahlt und seine Ware über alle Lieferkanäle erhält. Damit ist der Kunde so autonom, informiert, kritisch und wählerisch wie nie zuvor. Da wird für Unternehmen jeder Kundenkontakt zur existenziellen Prüfung. Stimmt der Service nicht, ist der Kunde weg. Außerdem kommunizieren Unternehmen nicht mehr einseitig mit den Konsumenten, sondern Konsumenten kommunizieren untereinander über Unternehmen und direkt mit Unternehmen. Das bedeutet, dass Unternehmen neue Kommunikations- und Dialogformen brauchen – weg von einem „Aneinander vorbei“, hin zu einem „Miteinander“.

„WIKU“: Doch wie sieht diese neue Servicekultur überhaupt aus?

Hübner: Eine universelle Formel gibt es nicht. Exzellenter Service bedeutet nicht unbedingt „mehr“ Service und „mehr“ Kommunikation, sondern einen „genau richtigen“ Service samt

Sabine Hübner, die Service-Expertin Nummer eins, kommt nach Bozen.



Kommunikation. Es geht nicht um die Frage „digital oder persönlich?“. Es geht um die Frage, wie Unternehmen digitale und persönliche Services perfekt verbinden. Wir kommen nicht daran vorbei, mehr, besser, intensiver und intelligenter mit unseren Kunden zu reden, wenn wir auch morgen erfolgreich sein wollen. Wobei mit „wir“ die Spitze der Unternehmen genauso gemeint ist wie jeder einzelne Mitarbeiter.

„WIKU“: Können sich Klein- bzw. mittelständische Unternehmen diesen zusätzlichen Aufwand heute überhaupt leisten?

Hübner: Kleinere Betriebe tun sich sogar leichter, denn hier steht der Chef seinen Kunden und seinen Mitarbeitern viel näher in großen Unternehmen. Außerdem ist der Service die einzige Möglichkeit für die Kleinen, sich von den Großen zu differenzieren.

„WIKU“: Guten Service zu leisten, hängt auch von menschlichen Fähigkeiten und Empathie ab. Lassen sich solche Fähigkeiten überhaupt erlernen?

Hübner: Absolut. Wichtig ist, dass jeder Mitarbeiter weiß, was sein Beitrag zum großen Bild der Servicekultur ist. Eine der wichtigsten Führungsaufgaben ist es deshalb, mit jedem Mitarbeiter das herauszuarbeiten.

DIE VERANSTALTUNG

Wissensforum am 24. Juli 2015

Die zweite Ausgabe des Südtiroler Wissensforums findet am 24. Juli von 12 bis 20 Uhr im Bozner Waltherhaus statt. Sechs führende Management- und Leadership-Experten aus den verschiedensten Wissensbereichen – vom Internetmarketing über die Servicekultur und die Kundenorientierung bis hin zu Gedankenmanagement und Persönlichkeitsentwicklung – geben dabei Impulse für neues Handeln und Denken. Tickets und Infos zur Veranstaltung gibt es im Internet. ©

@ www.wissensforum.it

„WIKU“: Und was müssen Mitarbeiter außerdem noch beherrschen?

Hübner: Sie brauchen Konzentration, Fantasie und Mut, wobei sich jede dieser Stufen durch richtige Maßnahmen entwickeln lässt. So ist Konzentration oft eine Frage der Organisation. Fantasie entsteht, wenn Unternehmen Kreativität zulassen und fördern. Ebenso erlernbar ist Mut. Und zwar dann, wenn Mitarbeiter das Gefühl bekommen, dass etwas zurückkommt – etwa Anerkennung von den

Kunden und die Zuwendung des Chefs.

„WIKU“: Ist der Service für alle Branchen gleich wichtig?

Hübner: Je austauschbarer das Produkt ist, desto wichtiger wird der Service. Das gilt für alle Sektoren – fürs Handwerk ebenso wie für die Hotellerie. Besonders wichtig wird der Service dort, wo man Leistungen nicht anfassen kann. Denn hier bewertet der Kunde das, was rundherum passiert – eben den Service.

(mc) © Alle Rechte vorbehalten

GROSSE BAU - ONLINE - AUKTION

Im Auftrag und auf Rechnung unserer Auftraggeber **versteigern wir online Baumaschinen und Baugeräte aus der Insolvenz der Firma**



ZH General Construction Company S.P.A.
sowie weitere Gerätschaften im Zusatzauftrag

in 39100 Bozen, 39031 Bruneck, 39030 Gais (ITALIEN)

ab Mo., 22. Juni 2015, ab 8.30 Uhr

3.000 Pos.

Hochbauartikel, Baumaschinen, Kräne, Decken-/Wand-Schalungen, Schwerlast- u. Stahlrohrstützen, Holzträger, Container, Baugeräte, Handwerkzeuge, u.v.a.m



Weitere Info unter: www.auktionen-huber.de

FH Fritz Huber Auktionen

Bauberger Str. 32, 80992 München (GERMANY)

Tel: +49-(0)89-148830810, Fax: +49-(0)89-148830860