

NETWORK-KARRIERE

20 JAHRE EUROPAS WIRTSCHAFTSZEITUNG FÜR DEN DIREKTVERTRIEB



Initiative 20
Nebentätigkeit 24 | *mach es einfach!*

„PROWIN LEISTET FÜR ZUKÜNFTIGE
GENERATIONEN UND DEN PLANETEN
EINEN WERTVOLLEN BEITRAG!“

Michael Winter, Geschäftsführer
der proWIN Winter GmbH

Patrick Bacher
Seit 31 Jahren bei
PM-International: Patrick Bacher
übernimmt die Rolle des CEO
Headquarter Europe



BdS Schwarzbuch 2024/25
Milliarden verpulvert:
Die öffentliche Verschwendung
von Steuergeldern



Martin Limbeck
Veränderung:
Ein Hund namens Ego
und die großen Fragen
des Lebens



Markus Miller
Kriminelle Netzwerke:
BKA schließt 47 illegale
Krypto-Börsen in Deutschland





© Adobe Stock | Bojan

DIE KUNDENDIENSTABTEILUNG IST DIE WICHTIGSTE ABTEILUNG!

Kundendienstabteilungen sind sehr wichtig, um sicherzustellen, dass unsere Händler und Kunden mit den Dienstleistungen des Unternehmens zufrieden sind. Das Potenzial, das Kundendienstmitarbeiter für den Gesamterfolg des Unternehmens haben, wird jedoch oft übersehen.

Mehr als 90 % der Händler und Kunden im Außendienst sprechen nie mit einem anderen Unternehmensvertreter als einem Kundendienstmitarbeiter. Damit sind sie die wichtigsten Personen, wenn es darum geht, Informationen auszutauschen und Erkenntnisse über den Erfolg des Unternehmens im Außendienst zu gewinnen.

Im engeren Sinne ist eine Kundendienstabteilung eine Gruppe von Mitarbeitern, die darauf warten, dass Kunden anrufen und ein bestimmtes Problem lösen, das sie haben. Diese Probleme entstehen durch Schwierigkeiten bei der Bestellung eines Produkts aufgrund von Lieferrückständen, Lieferzeiten oder Fragen zur Produktaktivität. Die Vertriebshändler hingegen rufen in der Regel mit einem anderen Anliegen an: Probleme mit oder Erklärungen zu ihren Provisionen.

Schulungen zu all diesen Aspekten sind unerlässlich. Das ist nicht immer einfach. Eine enge Sichtweise auf diese Schulung beinhaltet in der Regel, dass der Leiter der Kundendienstabteilung mit den Mitarbeitern die typischen Fragen durchgeht, die sie im Laufe der Jahre gestellt haben, und dass er bei jeder neuen Frage diese an Personen weiterleitet, die

möglicherweise über genauere Informationen verfügen, um die richtige Antwort zu geben. Daher ist es wichtig, dass es eine große, aktuelle Datenbank mit häufig gestellten Fragen gibt, um allen Mitarbeitern zu helfen.

Die Zufriedenheit der Anrufer hängt immer auch von den Öffnungszeiten ab. Neulinge in der Organisation von Kundendiensteinrichtungen bei Direktvertriebsunternehmen denken, dass Öffnungszeiten von 9:00 bis 17:00 Uhr ausreichen, aber da die meisten Vertriebshändler auch einen normalen Job haben, sind Öffnungszeiten in den Abendstunden und vor allem am Monatsende, wenn die Qualifikationsanforderungen für Vertriebshändler eine wichtige Rolle spielen, sehr wichtig.

Eine gute Praxis ist es auch, Ihre Kundendienstmitarbeiter zu Ihren Firmenveranstaltungen mitzubringen, damit die Vertriebshändler sie persönlich kennenlernen können. Auf diese Weise können Händler und Kunden später auf die Personen zurückgreifen, zu denen sie eine Beziehung aufgebaut haben und denen sie vertrauen, um ihre spezifischen Geschäftsanforderungen zu erfahren.

Der Kundendienst ist auch eine Quelle von Informationen über die Leistung des Unternehmens. Die Kunden und Händler, die anrufen, wissen genau, wie das Unternehmen in fast allen Bereichen abschneidet. Sie sind die Adressaten der Maßnahmen, die die Unternehmensleitung beschlossen hat. Es ist unabdingbar, sich regelmäßig mit den Kundendienstmitarbeitern zusammenzusetzen und sich die typi-

schen Probleme anzuhören, die in der letzten Zeit aufgetreten sind, um sich ständig verbessern zu können. Die Geschäftsleitung sollte sich ab und zu Zeit nehmen, um selbst die Telefone des Kundendienstes zu bedienen. So können sie sich vergewissern, dass sie wissen, welche Anliegen die Händler und Kunden haben, die sie zu bedienen verpflichtet sind.

Was sind einige der Funktionen, die übersehen werden, die eine Kundendienstabteilung im Unternehmen aber ebenso gut erledigen kann? Sie sollten über jeden Anreiz, jede Werbeaktion, Produkteinführung oder Veranstaltung, die vor Ort stattfindet, bestens informiert sein. Leider stellt sich in den meisten Unternehmen heraus, dass die Kundendienstabteilung die letzte Abteilung im Unternehmen ist, die über solche Details informiert wird, so dass sie in Bezug auf diese wertvollen Aktivitäten völlig im Dunkeln tappt.

Eine weitere wertvolle Tätigkeit ist das so genannte Upselling. Immer wenn ein Kunde oder Händler anruft, um eine bestimmte Bestellung aufzugeben, muss ein Kundendienstmitarbeiter Vorschläge für zusätzliche Produkte oder Werbeaktionen machen, die zu der aufgegebenen Bestellung passen. Dadurch wird ein großer Prozentsatz der Käufer zu inkrementellen Käufern, was bedeutet, dass sie mehr Produkte kaufen als ursprünglich geplant.

Es ist ratsam, mindestens 2 Untergruppen von Kundenbetreuern zu bilden. Eine Gruppe für Vertriebshändler und eine für Kunden. Der Grund

dafür ist, dass diese beiden Gruppen in der Regel unterschiedliche Fragen haben. Die Kunden möchten Informationen über Preise, Werbeaktionen, Produkte und Lieferbedingungen. Wenn jemand wegen einer aufgegebenen Bestellung anruft, müssen diese Informationen über die Bestellung sofort auf dem Bildschirm vor dem Agenten verfügbar sein. Wann wurde sie versandt, was wurde berechnet, und auch die Nummer der Sendungsverfolgung für diese spezielle Bestellung. So können die meisten Probleme für den Kunden sofort geklärt werden.

Die Agenten, die sich auf die Unterstützung von Vertriebshändlern konzentrieren, müssen über dieselben Informationen verfügen, sollten aber

auch in der Lage sein, sofort auf den aktuellen Status der Geschäftsentwicklung dieser Vertriebshändler zuzugreifen. Wenn derzeit ein Incentive für Vertriebshändler läuft, müssen die Kundendienstmitarbeiter in der Lage sein zu sehen, wie weit ein bestimmter Vertriebshändler noch davon entfernt ist, sich für dieses Incentive zu qualifizieren.

Und schließlich sollte das Führungsteam regelmäßig mit den Kundendienstmitarbeitern sprechen, um Informationen über den Bereich und seine Zufriedenheit zu sammeln.

Das Erkennen der Bedeutung und der Macht der Kundendienstabteilung wird eine neue Welle des Wachstums einleiten.



Peter J.E. Verdegem, Ph.D., MBA

Dr. Peter Verdegem ist eine bekannte Führungskraft im Direktvertrieb. Er hat in verschiedenen Rollen und Ländern gearbeitet und hat den Antrieb, den Direktvertrieb unternehmensunabhängig insgesamt voranzubringen. Dr. Verdegem bringt unternehmerische und strategische Einblicke und ist ein Förderer individueller Erfolgsgeschichten von Vertriebspartnern.

Email: peter@peterverdegem.com
Phone USA: +1 561 450 4145

Phone EU: +358 44 236 5701