

Innosoft: Profitcenter Service bei der ABB Group etabliert

Während der weltweite Rollout der Module des Servicemanagementsystems der Innosoft GmbH innerhalb der ABB Group, einem führenden Konzern der Energie- und Automationstechnik mit Hauptsitz in Zürich, noch in vollem Gange ist, möchten die Mitarbeiter bei ABB Automation Benelux auf die Softwaretools von Innosoft nicht mehr verzichten.

Im Jahr 2005 gab es in Belgien und den Niederlanden zwei ABB-Servicestützpunkte, die zentral über Belgien verwaltet wurden. Serviceberichte wurden in Papierform per Post verschickt, was zwischen Holland und Belgien bis zu sieben Tage in Anspruch nahm. Das Hin- und Herschicken der Dokumente dauerte bis zu drei Wochen, weshalb Kris Huyck, Servicemanager Drives & Robotics Benelux bei ABB Zaventem, den durch die Suche nach benötigten Informationen entstandenen Arbeitszeitverlust mit gut 30 Prozent beziffert.

Bei der Einführung des Servicemanagementsystems (SMS) von Innosoft, mit dem die Prozesse in der Serviceabteilung profitabler gestaltet werden sollten, hat man bei ABB das Modul Kundenmanagement als zentrale Schaltstelle implementiert. Ruft nun ein Kunde an, um z.B. eine Störung zu melden, wird dort ein Ticket erzeugt und – sofern Technikeinsätze erforderlich sind – ein Projekt im SMS angelegt. Die Feinplanung des Technikeinsatzes findet dann in der Einsatzplanung statt, der Techniker kann jederzeit über die Anbindung des Mobilien Außendienstes eine volle Replikation abrufen, welche natürlich auch über die anderen Softwaremodule verfügbar ist. Er sieht also die komplette Servicehistorie auf dem aktuellsten Stand inklusive der Einsätze seiner Kollegen, so dass der Außendienstmitarbeiter dem Kunden stets gut vorbereitet gegenüber treten und auch zum Stand laufender Aufträge kompetent Auskunft geben kann.

Nach Erledigung der Servicetätigkeiten füllt der Techniker in wenigen Arbeitsschritten das entsprechende Digitale Formular aus, lässt den Servicebericht vor Ort vom Kunden elektronisch signieren und meldet die Einsatzdaten online an die Zentrale zurück, wo dann nach der Stundenverbuchung die Rechnung erstellt werden kann. Dauerte es früher von der Leistungserbringung bis zur Fakturierung oft mehrere Wochen, wird dieser Zeitraum nun in zwei Drittel der Fälle auf

Elektronische Service.Tickets kommen in dieser Form zum Einsatz.

maximal drei Tage begrenzt.

Auch für die Vertriebsmitarbeiter brachte die Einführung des SMS Vorteile, denn diese sind nun dank des Zugriffs auf die umfassende Datenbank bei Kundenbesuchen wesentlich besser vorbereitet. Genauso wie sich die Service-Hotliner bei jedem Kundenanruf als kompetente und rundum informierte Gesprächspartner präsentieren können. In den Verträgen mit ihren Kunden bietet ABB eine Vielzahl unterschiedlicher Servicelevels – bis hinauf zum „Remote Service“ – an, in denen wiederum die mitunter sehr komplizierten Wartungszyklen und verschiedenen Reaktionszeiten festgelegt sind. Ruft ein Kunde an, zeigt das Innosoft Kundenmanagement dem Hotliner all diese Vereinbarungen sofort übersichtlich an.

Kris Huyck sieht im SMS eine „professionelle Schnittstelle zum Kunden“, durch welche die Serviceorganisation gegenüber dem Kunden deutlich mehr Struktur erhält. Lange Wartezeiten auf angeforderte Informationen oder ein gewünschtes Angebot gehören endgültig der Vergangenheit an, genauso wie Serviceberichte in Papierform, welche nun durch die elektronischen Tickets ersetzt werden, die an die Ansprechpartner des Kunden versendet werden. Insbesondere aufgrund der guten Lesbarkeit und des hohen Informationsgehalts dieser Tickets ist die Akzeptanz der veränderten Serviceprozesse auch auf Kundenseite gesichert.

INFO:

Dirk Siepe, Text

dirk.siepe@innosoft.de