

SERVICETODAY

Das Magazin für Entscheider aus Service, Marketing, Logistik, Personal und Technik

/ #servicefans

/ INTERVIEW

**adesso bekommt 30.000
Bewerbungen – im Quartal**

/ KVD AWARD – BEST SERVICE

**Alle Bewerbungen um den
KVD-Preis im Check**

Die Spezialisten für Service und Vertrieb

me® | WEITERBILDUNG

markus eckstein • fred kastens • ferdinand soethe

Kommunikation

MeFes® Methodische
Fehlersuche

Train the Trainer

Führung

Burnout

Verkauf

Interkulturell

Coaching/Workshop

Online
me web distance Learning

Praxisbezogene Trainings-Kompetenz

www.me-weiterbildung.de

+49 9192 / 99436 80



Foto: KI/Midjourney

TITELTHEMA #SERVICEFANS

Vertriebschancen im Wandel: Service als Schlüssel zum Erfolg

In einer Zeit, in der sich Märkte stark transformieren und Unternehmen nach neuen Wegen suchen, um ihre Wettbewerbsfähigkeit zu steigern, gewinnt der Service als Vertriebsressource zunehmend an Bedeutung. Servicemitarbeitende, die oft den engsten Kontakt zu den Kunden haben, sind in einer besonderen Position, um neue Vertriebschancen zu identifizieren. Durch ihre Nähe zum Kunden und ihre technischen Kompetenzen können sie wichtige Impulse für den Vertrieb geben und damit entscheidend zum Unternehmenserfolg beitragen. Erfolgreiche Unternehmen setzen gezielt darauf, den Service als Schlüssel für nachhaltiges Umsatzwachstum und Kundenbindung zu nutzen. [\[Markus Eckstein, me Weiterbildung\]](#)

Der Service als zusätzliche Augen des Unternehmens

Der Wandel in der Wirtschaft, geprägt von gesetzlichen Veränderungen und Fachkräftemangel, zwingt Unternehmen dazu, ihre Strategien zu überdenken. Häufiger Kundenkontakt, insbesondere in schwierigen Fällen, macht Servicemitarbeitende zu wertvollen „zusätzlichen Augen“ des Unternehmens. Sie erkennen frühzeitig Bedürfnisse und Probleme beim Kunden, wodurch sie einen entscheidenden Beitrag zur Bedarfs- und Projektermittlung leisten können. Es gilt, dieses bekannte Potential wirklich zu nutzen.

Servicemitarbeitende – die besseren Verkäufer?

Servicemitarbeitende unterliegen dem Blaumantel-Syndrom und agieren deshalb aus der Kompetenz der Technik heraus. Dabei verfügen sie über eine besondere Nähe zum Kunden und können so ein tiefes Vertrauensverhältnis aufbauen. Sie haben oft direkten Einblick in die aktuellen Bedürfnisse und Herausforderungen des Kunden und sind daher in einer idealen Position, um Verkaufsprozesse unauffällig zu unterstützen. Je nach Branche ist es auch einfach nur ein Tipp an den Vertrieb, und dieser übernimmt dann den eigentlichen Verkaufsprozess. Durch ihre technische Kompetenz können die Servicemitarbeitenden den Verkauf bzw. die Funktion als Tippgeber als natürliche Erweiterung in ihre Serviceleistungen integrieren. Wesentlich / entscheidend ist hier eine sichere und lösungsorientierte Kommunikation, um Chancen zu erkennen und gezielt auf Kundenbedarfe einzugehen - was sehr identisch und natürlich zur Vorgehensweise im Serviceeinsatz ist, also ihrer täglichen Arbeit.

Die Fähigkeit, technische Kompetenz mit verkaufsorientiertem Denken zu verbinden, war immer wichtig und wird zunehmend noch wichtiger. Servicemitarbeitende sollten daher in methodischem Denken, professionellem Umgang mit Einwänden und in der Bedarfsermittlung trainiert

werden - was viele bereits aus der Methodischen Fehlersuche MeFeS® kennen und fast unverändert in Verkaufsprozessen zu Anwendung kommt. Hierbei gilt: „Wer fragt, der führt“: Durch gezielte Fragetechniken können Servicemitarbeitende versteckte Bedarfe aufdecken und Verkaufsprozesse initiieren. Die Nähe zu einer guten Auftragsklärung ist durch den Serviceeinsatz bereits da, und dies muss weiter in Richtung Chancenausnutzung entwickelt werden. Die Brücke zwischen Technik und Verkauf wird durch eine gute und praxisbezogene Weiterbildung für Servicemitarbeitende hergestellt.

Wandel im Denkmuster aller Beteiligten

Der Wandel im Vertrieb erfordert auch ein Umdenken bei Führungskräften und Mitarbeitenden. Es gilt Vertrieb und Service zu einer Einheit zu verschmelzen und Kundenzentrierung zu leben. Führungskräfte lernen Orientierung zu bieten und die Entwicklung ihrer Teams zu fördern. Der Verkauf wird erlebbar als natürlicher Bestandteil des Kundenkontakts, und zwar auf beiden Seiten, was zu einer positiven Verinnerlichung des Wandels beiträgt. Servicemitarbeitende, die Spaß an ihrer persönlichen und beruflichen Entwicklung haben, sehen sich automatisch als wichtigstes Bindeglied zwischen Kunden und Unternehmen.

Herausforderungen und Chancen in der Marktbearbeitung

Jetzt müssen Unternehmen innovative Ideen und Strategien entwickeln, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Überzogene Preise für Ersatzteile und Technikerleistungen können dabei eine Herausforderung darstellen und sind kein alleiniges Patentrezept, um fehlende Deckungsbeiträge im Vertrieb zu kompensieren. Vielmehr gilt es, durch kundenorientierte Ansätze und gezielte Schulungen der Servicemitarbeitenden die Chancen im Kundenkontakt in Umsatz für das

/ PODCAST

Zur Vertiefung empfehlen wir die Folge „Vertriebschancen im Wandel – Service als Schlüssel zum Erfolg“ des KVD Service-Podcasts, in der Moderator Michael Braun mit Markus Eckstein und Fred Kastens über Herausforderungen für den Vertrieb und den Service sowie für die gesamte Organisation und ihren Führungskräften spricht.



Unternehmen abzusichern. Ein Kulturwandel hin zu einer teambildenden und unterstützenden Arbeitsweise ist entscheidend, um den Übergang vom reinen Service zur aktiven Vertriebsunterstützung erfolgreich zu gestalten.

Fazit: Service als Schlüssel zum Erfolg im Vertrieb

Der Service ist heute mehr denn je ein zentraler Bestandteil der Vertriebsstrategie. Er ermöglicht nicht nur eine bessere Kundenbindung, sondern trägt auch zur Steigerung von Umsatz und Deckungsbeitrag bei. Dies gelingt insbesondere durch gezielte Weiterbildung und einen kulturellen Wandel innerhalb des Unternehmens, so dass Servicemitarbeitende effektiv als „Vertriebspartner“ agieren. Dieser integrative Ansatz fördert nicht nur die Mitarbeitermotivation und -bindung, sondern stärkt auch die Position des Unternehmens im Markt. Gemeinsam können Vertrieb und Service schwierige Marktsituationen bewältigen und neue Vertriebschancen nutzen, indem sie den Kunden in den Mittelpunkt ihrer Arbeit stellen. Für die Vertiefung des Themas stehen die Spezialisten für Service und Vertrieb, Markus Eckstein und Fred Kastens von me Weiterbildung gerne zur Verfügung.