



## Service-Lebenszyklusmanagement: Wie ein produktzentrischer Ansatz für technische Informationen die Serviceleistung verbessert und den Kundennutzen erhöht

Arbeiten die Servicemitarbeiter so produktiv wie möglich? Ist die Betriebszeit des Produkts so hoch es geht? Erhalten Kunden den maximalen Nutzen aus dem Produkt? Laut Branchenbefragungen ist die Antwort „nein“. Und der Grund ist allzu oft, dass Serviceteams und Kunden die benötigten technischen Produktinformationen nicht einfach finden können, wann und wo sie sie brauchen.

## Einführung

Wenn Kunden und Servicemitarbeiter die Produktinformationen, die sie benötigen, nicht finden, kann das Produkt seinen Zweck zumindest vorübergehend nicht erfüllen. Die negativen Folgen können enorm sein, ob beim Firmen- oder Privatkunden, im Callcenter des Serviceteams oder bei den Außendiensttechnikern. Und letztendlich schlagen sie sich auch in den Betriebsergebnissen des Herstellers nieder.

Probleme mit Produktinformationen können den Service vollständig zum Erliegen bringen. Servicemitarbeiter verschwenden viel Zeit und Mühe. Sie machen zu viele Fehler. Die Auflösung von Serviceanfragen dauert zu lang. Auf Anhieb erfolgreiche Korrekturen sind die Ausnahme und nicht die Regel.

Früher oder später steigt beim Kunden der Frust und er beginnt, nach Alternativen zu suchen. Dadurch wird die Kundenbindung – und damit die zukünftigen Erträge von dem betreffenden Kunden – gefährdet.

Warum sollte man für suboptimale technische Produktinformationen einen produktiven Service und rentable Kundenbeziehungen aufs Spiel setzen? In diesem White Paper wird eine mögliche Lösung vorgestellt. Dabei geht es darum, die richtigen Produktinformationen – aktuelle, zuverlässige und verständliche Informationen – in den Mittelpunkt des Serviceerlebnisses zu rücken.

Das ist, so zeigt die Erfahrung von PTC, der Schlüssel zur Optimierung des Kundennutzens durch ein Produkt – und damit zur Gewinnung treuer Kunden.

### Auf dem Spiel stehen unzählige Chancen während der gesamten Produktlebensdauer

Ein komplexes Industrie- oder Endverbraucherprodukt kann eine Lebensdauer von mehreren Jahren oder sogar Jahrzehnten haben. Viel Zeit für den Kunden, die Wertschöpfung durch eine gleichbleibend produktive Nutzung des Produkts zu optimieren. Und eine langfristige Chance für den Hersteller, die Kundenbeziehung durch sorgfältigen und aufmerksamen Service zu nähren.

Die Schwierigkeit beim Service besteht für den Hersteller darin, über den gesamten Lebenszyklus des Produkts hinweg eine möglichst hohe Betriebszeit zu erreichen. Die Erhaltung des Produkts in einem einwandfreien Zustand fördert die Kundenzufriedenheit und auch die Kundenbindung – und damit höhere Umsätze und Gewinne für den Hersteller.

Warum also gelingt es Kunden so oft nicht, so viel wertschöpfende Leistung aus einem Produkt zu erzielen wie möglich? Und was hindert Serviceteams häufig daran, effektiv und effizient zu agieren, um sicherzustellen, dass ein Höchstmaß an Produktleistung und Wertschöpfung erreicht wird?

In der Regel liegt das Problem an den technischen Produktinformationen. Nur allzu häufig stellen Menschen, die ein Produkt bedienen, im Support betreuen und warten, fest, dass ihnen Folgendes fehlt:

- Aktuelle Produktinformationen
- Präzise Produktinformationen
- Leicht verständliche Produktinformationen

Oft finden sie schlicht und einfach nicht die richtigen Produktinformationen am richtigen Ort und zur richtigen Zeit, um die gerade vorliegenden Probleme lösen zu können.

#### Wenn technische Informationen ...

##### unzugänglich

- Häufige Fehler von Bedienern und Servicemitarbeitern machen Nacharbeit notwendig.
- Ein Großteil der Servicezeit – 40 % und mehr – wird für die Suche nach Informationen aufgewendet.
- Die Reparatur- und Problemlösungszeiten sind nicht vorhersagbar. Die Produktausfallzeiten steigen.

##### veraltet

- Bedien- und Serviceverfahren stimmen nicht mit dem Produkt überein.
- Es kommt zu unzähligen Fehlern bei der Identifizierung und Nutzung von Ersatzteilen.

##### nicht bereitstellbar

- Lieferungen neuer Produkte verzögern sich. Die Zahl der eingehenden Anrufe beim Support schießt in die Höhe.
- Die Reparaturzyklen verlangsamen sich oder kommen gar zum Erliegen. Die Serviceproduktivität geht zurück.
- Die operativen Risiken steigen. Die Haftungsforderungen nehmen zu.

... sind, gibt es massive Probleme.

## Eine Verkettung von Problemen – mit Informationsproblemen als Ursache

Branchenbefragungen zeigen, dass Serviceorganisationen in der Regel nur eine Auslastung von 56 Prozent erreichen.<sup>1</sup> Tatsächlich scheint knapp die Hälfte der Arbeitszeit eines durchschnittlichen Servicetechnikers für unproduktive Tätigkeiten aufgewendet zu werden. Und von den Folgen ist unter Umständen nicht nur das Serviceteam betroffen. Der Hersteller erlebt möglicherweise eine Verkettung von Problemen, deren Ursachen immer mehr auf den Kampf zurückzuführen sind, hochwertige und aktuelle technische Produktinformationen zu liefern:

- Bei Serviceproblemen finden Kunden oft nicht schnell genug die benötigten Produktinformationen. Genauso ergeht es den Servicemitarbeitern des Herstellers. Die Lösungszyklen werden immer länger, wodurch die Servicekosten für den Hersteller steigen und die Gewinne geschmälert werden.
- Was noch wichtiger ist: Die Kunden müssen lange Zeit darauf verzichten, ihre Produkte produktiv nutzen zu können. Der wahrgenommene Wert der Verwendung der Produkte des Herstellers nimmt ab. Die Entscheidung für die Produkte des Herstellers wird in Frage gestellt.
- Je schlechter die Erfahrungen der Kunden mit den Produkten des Herstellers, umso tiefer sinken die Zufriedenheitswerte. Viele Kunden beginnen dann, sich nach anderen Serviceanbietern umzusehen. Schlimmer noch: Einige entscheiden sich, wenn die Zeit für einen Wechsel gekommen ist, für ein Konkurrenzprodukt.
- Der Markenwert des Herstellers – bislang seine größte Stärke – schwindet langsam aber sicher. Der Marktanteil, bisher vorherrschend, beginnt zu bröckeln. Und der Druck kommt nicht nur seitens der langjährigen Rivalen am inländischen Markt, sondern immer mehr auch von aggressiven Konkurrenten aus aller Welt.

## Keine schnelle Lösung ohne gute Informationen

In der langen Geschichte, die PTC mit führenden Herstellern teilt, haben wir die Sorgen ihrer Serviceorganisationen kennen gelernt und ihnen geholfen, Lösungen dafür zu finden. Von Serviceteams hören wir über die technischen Produktinformationen ihres Unternehmens oft Folgendes:

- Schwer zu finden. Bei Callcentern gehen unzählige Supportanrufe von Kunden ein, die eigentlich über die benötigten Informationen verfügen – diese aber einfach nicht finden können.
- Schwer zu verstehen. Ersatzteilausgaben erhalten u. U. mehrere Teilebestellungen von Servicemitarbeitern, nur weil diese anhand der Katalogbeschreibungen nicht in der Lage sind, das richtige Teil auszuwählen.
- Wenig vertrauenswürdig. Servicetechniker verbringen bis zu ein Drittel ihrer Zeit mit der Suche nach und der Arbeit mit veralteten technischen Informationen.

Ein zentraler Punkt hat sich herauskristallisiert: Technische Informationen sind bei diesen Herstellern die Grundlage jedes einzelnen Servicevorfalls. Kein Kundendienstproblem kann gelöst werden, ohne dass sich jemand – der Kunde oder die Servicetechniker – mit den technischen Produktinformationen auseinandersetzt.

Nun müssten nur noch relevante Produktinformationen so einfach zugänglich sein. Für viele Hersteller kommt eine ganze Reihe von Faktoren zusammen, die sie daran hindern, möglichst hochwertige, nützliche und einfach zugängliche technische Produktinformationen bereitzustellen. Eine große Herausforderung sind die chronischen Hindernisse für eine abteilungsübergreifende Kommunikation und Zusammenarbeit.

**Servicetechniker verbringen bis zu ein Drittel ihrer Zeit mit der Suche nach und der Arbeit mit veralteten technischen Informationen.**

## Isoliert und von Veränderungen unter Druck gesetzt

Die einfache Wahrheit ist, dass bei vielen oder sogar den meisten größeren Unternehmen in der Fertigungsindustrie die technische Entwicklung und der Service größtenteils mit voneinander isolierten funktionellen Silos operieren. Sie konzentrieren sich also hauptsächlich darauf, ihre eigenen abteilungsspezifischen Prozesse zu verbessern, und suchen selten außerhalb der Abteilungsgrenzen nach Effizienzverbesserungen und Synergieeffekten.

Möglichkeiten zur Verbesserung ihres Verständnisses dessen, welche technische Produktinformationen genau benötigt werden und in welcher Form diese Informationen bereitgestellt werden sollen, werden vom für technische Informationen zuständigen Team oft nicht wahrgenommen, obwohl sie ständig gegen die Mauern der Silos anrennen.

Und dabei haben wir die Auswirkungen von Konstruktionsänderungen noch nicht einmal berücksichtigt. Manchmal ist es einfach unmöglich, mit dem Tempo Schritt zu halten. Jedes Jahr kann es für jedes größere Produkte Hunderte oder sogar Tausende Konstruktionsänderungen geben.

Manchmal ist es einfach unmöglich, mit dem Tempo Schritt zu halten. Jedes Jahr kann es für jedes größere Produkte Hunderte oder sogar Tausende Konstruktionsänderungen geben.

## Chancen und Risiken der Globalisierung

Bei genauer Beobachtung der Abläufe bei führenden Herstellern hat sich ein weiterer großer Stressfaktor gezeigt, der die Qualität und Verfügbarkeit ihrer technischen Produktinformationen belastet: die Globalisierung.

Durch weltweite Expansion haben sich für viele Hersteller enorme neue Märkte eröffnet. Jedes Jahr macht der Verkauf außerhalb der Heimatmärkte einen größeren Anteil am Gesamtumsatz dieser Unternehmen aus.

Doch die Chancen der Globalisierung gehen mit Risiken einher. Und niemand spürt diese Herausforderungen stärker als die für technische Informationen zuständigen Abteilungen der Hersteller.

Es ist gar nicht so selten, dass ein Produkt in einem Land entwickelt, in einem anderen zusammengebaut und schließlich weltweit verkauft und betreut wird.

In einer perfekten Welt würde die Produktdokumentation parallel in mehreren Sprachen erstellt, bereitgestellt und genutzt werden. Doch bei der Einführung eines neuen Produkts ist es schwierig genug, auch nur die dringendsten Aufgaben zu erledigen.

## Produktinformationen als Herzstück

Der Weg zu besseren technischen Informationen beginnt nach der Erfahrung von PTC mit einem Perspektivwechsel. Der Hersteller muss die Scheuklappen ablegen und sich statt mit Dingen wie der Anzahl der produzierten Produkt-handbücher damit beschäftigen, wie Kunden und Servicemitarbeiter diese Produktinformationen nutzen werden.

Es ist wichtig, die vielfältigen Rollen von Informationsautoren, Illustratoren, Managern, Herausgebern und Konsumenten endlich anzuerkennen und zu koordinieren. Und es führt kein Weg daran vorbei, sich klar zu machen, wie viel für all diese Rollen im Hinblick auf die hohe Qualität der technischen Informationen auf dem Spiel steht. Erst dann kann der Hersteller ernsthaft erwarten, den Kundennutzen durch eine bessere Lösung für technische Informationen erhöhen zu können.

Das Rezept: ein produktzentrischer Ansatz. Dies ist für Hersteller die beste Chance, die Barrieren zwischen Abteilungen und Prozessen, die einem effizienten Service im Weg stehen, niederzubrechen.

Wenn Produktinformationen das Herzstück der Lösung für technische Informationen bilden, können die Service- und die technische Entwicklungsorganisation des Unternehmens Folgendes erreichen:

- Informationen zuordnen. Der Hersteller stellt überall und jederzeit, wenn Produktinformationen für den Service genutzt werden, die Einheitlichkeit, Vollständigkeit und Genauigkeit der Informationen sicher.
- Prozesse abstimmen. Alle am Service Beteiligten können sich darauf verlassen, dass die Produktinformationen aktuell sind und sie bei Bedarf an jedem Punkt im Servicelebenszyklus darauf zugreifen können.
- Schnelle Erfolge erzielen. Service- und Entwicklungsteams arbeiten über Funktionsbereiche und geografische Grenzen hinweg Hand in Hand zusammen. Das Ergebnis sind kontinuierliche Verbesserungen bei den Services und Produkten.
- Kundennutzen erhöhen. Das ist letztendlich das ultimative Ziel von gutem Service: zufriedene Kunden. Sie ermöglichen es dem Unternehmen, gegen den Wettbewerb zu bestehen.

### Nicht weniger – und auch nicht mehr – Informationen als nötig

Wenn ein Hersteller das Wertschöpfungspotenzial des produktzentrischen Ansatzes erst einmal erkannt hat, kann er mit der Planung und Implementierung einer verbesserten Lösung für technische Informationen beginnen. Zu den zentralen Komponenten gehören bewährte Softwaretools für:

- Präzise Wiederverwendung und Anpassung der neuesten 2D- und 3D-CAD-Produktentwürfe aus der technischen Entwicklung für den Einsatz im Service
- Effiziente Erstellung von Benutzer- und Servicehandbüchern, Teilelisten und anderer Produktdokumentation in nahezu jedem Format und für nahezu alle benötigten Medien
- Sicherer Zugriff auf vollständige, genaue und aktuelle Produktinformationen für eine durchgängige Nutzung während des Servicelebenszyklus

Die Lösung für technische Informationen sollte Folgendes liefern:

- Genau die richtigen Produktinformationen (produkt- und teilespezifisch)
- Für genau die richtigen Servicemitarbeiter (Callcenter, Außendienst oder sonstige)
- In genau den richtigen Formaten (möglichst grafisch, da leichter verständlich und einfacher zu verwenden)
- Und für genau die richtige Konfiguration (nicht weniger, aber auch nicht mehr Produktinformationen, als für die jeweilige Serviceaufgabe benötigt werden)

Mit einer Lösung für technische Informationen mit einem produktzentrischen Ansatz können Hersteller ...

#### Erzeugen

- Informationen, nicht Dokumente
- Basierend auf CAD
- Strukturierte Texterstellung

#### Verwalten

- Informationen zuordnen
- Prozesse abstimmen
- Änderungen automatisieren

#### Bereitstellen

- Aktuell und präzise
- Zugänglich und kontextbezogen
- Grafisch und klar

Das Ergebnis ist eine intelligente, durchgängige Ressource für technische Informationen, bei der alle Punkte im Servicelebenszyklus miteinander integriert sind.

## Ansatz der führenden Unternehmen

Das Marktforschungsunternehmen Aberdeen Group hat herausgefunden, was führende Hersteller durch die besten Lösungen für technische Informationen erreichen konnten:<sup>2</sup>

- Die Menge der eingehenden Kundensupportanrufe ist im Durchschnitt um 41 % zurückgegangen.
- Die Serviceorganisationen lösen Kundensupportanfragen im Durchschnitt um 38 % schneller.
- Die Kundenzufriedenheit ist signifikant gestiegen. Die erfolgreichsten Serviceunternehmen verzeichnen einen Anstieg um durchschnittlich 42 %. Das Umsatzwachstum aus dem Verkauf neuer Produkte verläuft in der Regel parallel zum Anstieg der Kundenzufriedenheit – und sogar noch besser. Die besten Unternehmen verzeichnen im Durchschnitt einen Umsatzanstieg um 45 %.

Hersteller, von denen PTC weiß, dass sie den produktzentrischen Ansatz verfolgen, erreichen ähnliche Ergebnisse.

Alle, die von der Lösung betroffen sind – die Kunden, Servicemitarbeiter sowie die Konstruktions- und Entwicklungsteams des Herstellers – profitieren von technischen Produktinformationen, die leicht zu finden, klar verständlich und voll vertrauenswürdig sind.

## Letzten Endes geht es nur um den Kunden

Die Aberdeen Group fasst die Argumente für eine bessere Lösung für technische Informationen folgendermaßen zusammen:

„Der Vorteil, den die Bereitstellung von spezifischeren Inhalten hat, beispielsweise durch die Entwicklung von multimedialen und sonstigen grafischen Inhalten, wird nicht im Hinblick auf die operative Leistung der technischen Kommunikation erreicht. Stattdessen ergibt er sich aus den Auswirkungen auf die Aufklärung eines Kunden über ein Produkt sowie letztendlich über die Zufriedenheit des Kunden mit dem Produkt.“<sup>2</sup>

Dem möchte PTC noch hinzufügen: Wenn ein produktzentrischer Ansatz für technische Informationen die Leistung des Serviceteams verbessert, hat der Hersteller ein wichtiges Ziel erreicht. Doch letztendlich ist die beste Messgröße für den Wert der Lösung die höhere Zahl der zufriedenen Kunden, die das Produkt durchgehend produktiv nutzen können.

Verbesserte Serviceleistung und höherer Kundennutzen – dies sind für den Produkthersteller die Ergebnisse, aus denen sich alle weiteren Vorteile ergeben.

**Beim produktzentrischen Ansatz sind technische Informationen ...**

### einfach zu finden

Die Informationen unterstützen eine einfache visuelle Navigation. Die Benutzer können Modelle, Konfigurationen und Teile, aber auch Serviceaufgaben suchen und danach sortieren.

### verständlich

Die Informationen sind grafisch aufbereitet, kontextbezogen und flexibel. Die Benutzer können sich ganz auf die benötigten Informationen in ihrer Muttersprache konzentrieren.

### vertrauenswürdig

Die Informationen sind vollständig, präzise und aktuell. Sie sind in allen Funktionsbereichen einheitlich und spiegeln die neuesten Konstruktionsänderungen wider.

## Weitere Informationen

Weitere Ressourcen zu Best Practices für technische Informationen finden Sie unter: [PTC.com/go/tech-info](https://www.ptc.com/go/tech-info)

<sup>1</sup> Sumair Dutta, Aly Pinder Jr., Aberdeen Group, Mobility in Service, März 2010

<sup>2</sup> David Houlihan, Aberdeen Group, Technische Kommunikation als Profitcenter, September 2009

© 2012, Parametric Technology Corporation (PTC). Alle Rechte vorbehalten. Die Inhalte dieser Seiten werden ausschließlich zu Informationszwecken bereitgestellt und beinhalten keinerlei Gewährleistung, Verpflichtung, Bedingung oder Angebot seitens PTC. Änderungen der Informationen vorbehalten. PTC, das PTC Logo und alle PTC Produktnamen und Logos sind Warenzeichen oder eingetragene Warenzeichen von PTC und/oder Tochterunternehmen in den USA und anderen Ländern. Alle anderen Produkt- oder Firmennamen sind Eigentum ihrer jeweiligen Besitzer. Releasetermine sowie Funktions- oder Leistungsumfang können nach Ermessen von PTC geändert werden.

J0710\_Technical Information Solution\_WP\_DE\_0912

### SELBSTBEURTEILUNG

#### Kann ein produktzentrischer Ansatz für eine Lösung für technische Informationen in Ihrem Unternehmen funktionieren?

In diesem White Paper erfahren Sie, welche Vorteile ein produktzentrischer Ansatz für technische Informationen für die Kunden und Servicemitarbeiter von Herstellern hat. Könnte auch Ihr Unternehmen davon profitieren? Wie viele der folgenden Fragen können Sie mit „ja“ beantworten?

- Nutzen Ihre Servicetechniker ihre Zeit konsequent so produktiv wie möglich?
- Sind die Problemlösungszeiten im Service so kurz, wie sie sein sollten?
- Gelingt es Ihren Servicemitarbeitern, nahezu jeden Reparaturauftrag auf Anhieb zu erledigen?
- Sind Ihre Kunden in der Lage, ohne großen Aufwand die benötigten Produktinformationen zu finden, ohne Ihr Support-Center mit unnötigen Anrufen zu belasten?
- Können Ihre Servicemitarbeiter problemlos die richtigen, leicht verständlichen Produktinformationen finden, wo, wann und in welcher Form oder in welchem Kontext auch immer sie sie benötigen?
- Können sich Ihre Serviceteams darauf verlassen, dass diese Produktinformationen vollständig, genau und aktuell sind? Können sie sicher sein, dass sie die neuesten Konstruktionsänderungen widerspiegeln?
- Versenden Sie nahezu immer die richtigen Ersatzteile für die richtigen Produktmodelle oder -konfigurationen – und an die richtigen Ansprechpartner am richtigen Ort –, sodass möglichst wenig falsche Teile und möglichst geringer Ausschuss entstehen?
- Lösen Sie die Serviceanfragen Ihrer Kunden immer schneller, mit immer weniger Serviceanrufen oder -einsätzen und immer höherer Betriebszeit des Produkts?
- Nehmen Zufriedenheit, Kundenbindung und Neuaufträge Ihrer Kunden kontinuierlich zu?
- Nennen Kunden Produktinformationen als etwas, was sie an Ihrer Marke besonders schätzen?

Wenn Sie allzu viele Fragen mit „nein“ beantworten, haben Sie unter Umständen ein Problem mit Ihrer Lösung für technische Informationen. Vielleicht ist es an der Zeit, sich über produktzentrische Lösungen für die Informationsproblematik zu informieren.

Dadurch können Sie beträchtliche Verbesserungen bei der Serviceproduktivität und beim Kundennutzen erzielen – und einen bedeutenden Wettbewerbsvorteil.