

Anmeldung

Fax +49 69 6603-1333

Maschinenbau-Institut GmbH
ein Unternehmen des VDMA



Zertifikatslehrgang Servicemanager

Hiermit melden wir verbindlich an:

Name, Vorname, Titel

Abteilung/Funktion

Firma

VDMA-Mitglied kein VDMA-Mitglied

Straße/Postfach

PLZ, Ort

Telefon Fax

E-Mail

Rechnungsanschrift falls abweichend

Ich bin damit einverstanden, dass das Maschinenbau-Institut mich über sein Programm per E-Mail informiert.

Datum Unterschrift

Weitere Seminare/Tagungen des
VDMA Maschinenbau-Instituts finden Sie unter:

www.vdma.org/mbi

Veranstalter

Maschinenbau-Institut GmbH (MBI)
Beratung und Weiterbildung für die
Investitionsgüterindustrie
Lyonerstraße 18
60528 Frankfurt am Main
Projektleitung: Dr. A. Kovacs-Bertrand
Telefon +49 69 66 03-15 12
E-Mail a.kovacs-bertrand@vdma.org

Anmeldung/Organisation

Elvira Bertermann Telefon +49 69 6603-1504
G. Delija-Cavlovic Telefon +49 69 6603-1334
Fax +49 69 6603-1333
E-Mail mbi@vdma.org

(Bei Anmeldung per E-Mail bitten wir um Angabe
der kompletten Anschrift)

Teilnahmegebühr

VDMA-Mitglieder € 3.690,- + MwSt.
kein VDMA-Mitglied € 4.790,- + MwSt.

Anmeldung/Anmeldeschluss

Bitte auf beiliegendem Anmeldecoupon vornehmen.
Anmeldeschluss ist 10 Tage vor Kursbeginn.

Stornierung

Bei Rücktritt bitten wir um eine schriftliche Abmeldung.
Für Stornierungen nach dem Anmeldeschluss berechnen
wir € 150,- + 19% MwSt. für anteiligen Verwaltungsauf-
wand. Ein Ersatzteilnehmer kann auch kurzfristig gestellt
werden.

Termine

Modul 1: 8. – 9. März 2012
Modul 2: 21. – 22. Juni 2012
Modul 3: 18. – 19. September 2012
Modul 4: 29. – 30. November 2012

Seminarort

Land & Golf Hotel Stromberg
Buchenring 6
55442 Stromberg
Telefon +49 6724-6000
Telefax +49 6724-600433
www.golfhotel-stromberg.de

Übernachtung

Im Seminarhotel steht ein begrenztes Zimmerkontingent
zum Vorzugpreis zur Verfügung. Bitte nehmen Sie Ihre
Reservierung, jeweils 30 Tage vor dem Termin, unter dem
Stichwort „MBI“ direkt beim Hotel vor.

Programmänderungen behält sich der Veranstalter vor.



IMPULS
Management Consulting
Die Service-Berater

Zertifikatslehrgang
Servicemanager

Programm 2012



Zertifikatslehrgang Servicemanager

Der After-Sales-Service hat sich zu einem wichtigen strategischen Geschäftsfeld für die Maschinenbauer entwickelt und trägt in hohem Maße zum Unternehmenserfolg bei. In diesem Bereich steckt ein hohes Wachstumspotenzial, das aufgrund der zu reaktiven Steuerung des Kundendienstes noch bei weitem nicht ausgeschöpft wird.

Lernziel

Die Teilnehmer lernen, kundenorientierte Service-Produkte zu entwickeln und Service aktiv zu vermarkten. Sie erwerben Know-How für effiziente, kosten- und zeitoptimierte Service-Kernprozesse und eine flexible und leistungsstarke Serviceorganisation. Anhand von praktischen Beispielen erfahren sie, wie sie die erworbenen Kenntnisse und Methoden als verantwortliche Manager umsetzen können.

Zertifikat

Am Ende des Gesamtlehrgangs wird bei erfolgreicher Teilnahme und Absolvierung der Teilprüfungen ein Zertifikat vom Maschinenbau-Institut des VDMA ausgestellt.

Teilnehmer

Serviceleiter und qualifizierte Mitarbeiter der 2. Ebene (ET-Leiter, Kundendienstleiter, Support), die das Potenzial zum Serviceleiter besitzen.

Lehrgangsleitung

Der Lehrgang wird geleitet durch Matthias Mahnel (Geschäftsführer) und sein Team von der IMPULS Management Consulting GmbH (München). Die Gesellschaft ist eine der führenden Serviceberatungen. Sie unterstützt Unternehmen aus dem Maschinenbau, ihren Servicebereich auszubauen und zu optimieren.

Modul 1

Servicemarktbearbeitung

Bedeutung des Service

- Service as a Business
- Umsatz-/ Ertragsanteil im Service
- Wachstumspotenziale im Service
- Trends im Service

Analyse des Servicemarktes und Wettbewerbs

- Wirkungskette im Service
- Die Bedeutung der Qualität im Service
- Analyse der Kundenerwartungen
- Kundenzufriedenheitsanalyse
- Wettbewerbsanalysen
- Kundenbindungsinstrumente
- Ermittlung des Service Marktpotenzials

Gestaltung von attraktiven Serviceprodukten

- Segmentierung der Kunden
- Auditierung der bestehenden Serviceprodukte
- Entwicklung neuer Serviceprodukte
- Best Practice Beispiele

Aufbau eines proaktiven Service-Vertriebs

- Warum müssen wir Service aktiv verkaufen?
- ABC-Analyse der Kunden
- Aufbau von Serviceberatern/-verkäufern
- Durchführung von aktiven Kundenbesuchen
- Mitarbeiterschulung Vertrieb
- Aktiver Angebots-Follow-Up für Ersatzteile und Umbauten

Aufbau eines erfolgreichen Service-Marketings

- Erfolgreiche Service Marketingtools
- Aufbau und Entwicklung der internen und externen Kommunikation
- Der Service als Marke

Modul 2

Serviceprozesse gestalten

Bedeutung exzellenter Serviceprozesse

- Prozessorientierung im Service
- Service Kern- und Supportprozesse
- Wichtige Schnittstellen im Service
- Merkmale exzellenter Prozesse
- Prozess-Benchmarks

Montage/IBN/Garantieabwicklung

- Staffelübergabe Produktion an Service
- Unterschied Garantie/Gewährleistung
- Rückrufaktionen/Umbaumaßnahmen
- Garantiekosten-Optimierung

Ersatzteilversorgung

- Das ET-Geschäft als tragendes Element des After Sales Service
- Steigende Anforderungen in der Ersatzteillogistik
- Erfolgsfaktoren einer ET-Logistik
- ET-Definition im Produktlebenszyklus
- Bestandsplanung und Disposition
- Exzellente Ersatzteilprozesse
- Ansätze zur Optimierung der Lagerstandorte und -strukturen

Störfallbehebung und Field Service

- Qualität der Störfallbehebung
- Störfall- und Eskalationsmanagement
- Technikerplanung und -steuerung
- Anforderungen an die Servicetechniker
- Best Practice Beispiele

Inhouse Reparaturen

- Erfolgsfaktoren
- Sollprozesse und Durchlaufzeiten
- Leistungsdefinition

Modul 3

Organisation, Führung und Preismanagement

Bedeutung von Organisation und Führung im Service

- Erfolgsfaktoren einer effizienten Service-Organisation
- Funktionen der Service-Organisation
- Zuordnung des Service in der Gesamtorganisation
- Service als Cost-, Profit-Center

Service Aufbauorganisation

- Schnittstellen zum Service
- Aufgaben und Verantwortlichkeiten
- Optimierung der Aufbauorganisation

Service Führungsorganisation

- Zielvereinbarungen im Service
- Balanced Scorecard als Führungsinstrument im Service
- Entlohnungs- und Anreizsysteme

Service Entwicklung

- Produktentstehungsprozess
- Umgang mit Servicepartnern
- Aus- und Weiterbildung im Service
- Wissenstransfer im Service

Preisgestaltung für Ersatzteile

- Was sind die Kunden bereit für Ersatzteile zu bezahlen?
- Optimierung der ET-Preise
- Wettbewerbsgefährdete Teile versus Monopolteile
- Aufschlagsfaktoren und Obergrenzen
- Preisargumente und Marketing

Modul 4

Service, Planung und Controlling

Service Planung

- Notwendige Buchungsklassen (ET, Field Service, Modernisierung, ...)
- Umsatz-, Kosten- und Ergebnisplanung

Service Controlling

- Rolle und Aufgabe des Service Controllings
- Aufbau eines aussagekräftigen Service-Berichtswesens
- Definition von relevanten KPIs
- Gestaltung eines KPI Cockpits

Entwicklung von Benchmarks zur Messung der eigenen Serviceleistung

- Relevante Benchmarks zum Serviceumsatz und Ergebnis
- Best Practice Beispiele zu Prozess-Benchmarks (Ersatzteile, Field Service, Reparaturwerkstatt)

Wachstumsleitfaden

- In 10 Schritten zum Erfolg
- Werden Sie Service Champion!