

Inhaltsverzeichnis

1	Grundlagen zum Service	11
1.1	Was sind Service, Dienstleistung und Kundendienst?	11
1.2	Die Service-Norm DIN SPEC 77224	16
1.3	Nutzen von Service für Unternehmen und Mitarbeiter	18
1.4	Service darf etwas kosten	19
2	Ein Blick in den Spiegel – Serviceleistungen und die Servicequalität aus Sicht des Unternehmens und der Mitarbeiter	21
2.1	Service: die Mitarbeiter im Blickpunkt	21
2.2	Betriebswirtschaftliche Grundlagen	26
2.2.1	Die Kosten einer Arbeitsstunde	26
2.2.2	Die richtige Materialkalkulation	38
2.2.3	Leistungslohn im Service?	42
2.3	Organisatorische Grundlagen zum reibungslosen Ablauf der Service-Abteilung	49
2.3.1	Der Prozessablauf im Service	49
2.3.2	Angebotsphase	50
2.3.3	Auftragsannahme/Auftragserteilung	54
2.3.4	Arbeitsvorbereitung	54
2.3.5	Durchführung des Auftrags vor Ort	55
2.3.6	Dokumentation der erbrachten Leistungen	59
2.3.7	Übergabe an den Kunden	67
2.3.8	Rechnungsstellung	72
2.3.9	Mahnwesen	72
2.3.10	Nachbetreuung des Kunden	75
2.4	Befragung der Mitarbeiter zur Erfassung der Servicequalität	76
3	Ein Blick von außen auf das Unternehmen – an welchen Schnittstellen entsteht Service in der Wahrnehmung des Kunden?	79
3.1	Was erwartet der Kunde vom Handwerker?	79
3.2	Das Image und die Service-Kompetenz des Unternehmens	83
3.3	Das Erscheinungsbild	85
3.3.1	Auftritt im Internet und in sozialen Netzwerken	85
3.3.2	Erscheinungsbild in der Öffentlichkeit	91

3.4 Von Mensch zu Mensch, der persönliche Kontakt mit dem Handwerksbetrieb	98
3.4.1 Der erste Kontakt am Telefon	98
3.4.2 Die Reaktionszeit auf den Kundenwunsch	99
3.4.3 Zuverlässigkeit und Termintreue	99
3.4.4 Die Begrüßung	100
3.4.5 Der Umgang mit dem Kunden	101
3.4.6 Die Entscheidung für die Erteilung des Auftrags bestärken	103
3.4.7 Den nächsten Auftrag vorbereiten	104
3.5 Und wenn trotzdem etwas schiefläuft – die richtige Behandlung von Reklamationen	109
3.5.1 Reklamationen intern verarbeiten	110
3.5.2 Reklamationen mit dem Kunden klären	113
3.6 Befragung der Kunden zur Überprüfung der Servicequalität ...	113
4 Serviceleistungen im Elektrohandwerk und deren Vermarktung 121	
4.1 Sammlung von Ideen zur Verbesserung der Servicequalität gemeinsam mit den Mitarbeitern	121
4.2 Service-Konzepte und Produkte aus der Praxis	122
4.3 Betriebswirtschaftliche Maßnahmen zur Renditesicherung der Service-Abteilung	136
4.4 Service-Werbung aus der Praxis	139
Anhang	157
Service hat Zukunft	159
Noch mehr Lust auf Service?	160
Stichwortverzeichnis	161