

Strategische Ausrichtung des Service-Vertriebs

Wo stehen wir? Eine Frage, die sich viele Unternehmen und Service-Organisationen aktuell stellen. Diese Checkliste dient Geschäftsführern und Serviceleitern zur schnellen Standortbestimmung:

- Strategisches Commitment: Ist der Service-Vertrieb ein fester Bestandteil der Unternehmensstrategie und kein bloßes „Afterthought“?
- Organisationsstruktur: Sind die Schnittstellen zwischen Vertrieb und Service definiert? Gibt es regelmäßige fachübergreifende Review-Meetings?
- Qualifizierung: Wurden Schulungsprogramme für den Lösungsvertrieb implementiert?
- Digitale Infrastruktur: Verfügt das Unternehmen über ein Kundenportal mit Self-Service-Optionen und IoT-Integration?
- Incentivierung: Fördert das Provisionsmodell den Verkauf von langfristigen Serviceverträgen im gleichen Maße wie den Hardware-Verkauf?
- Nutzung von Daten: Werden Servicedaten aktiv für Up-Selling und Cross-Selling-Kampagnen genutzt?
- Billing-Modelle: Sind die Systeme in der Lage, flexible Modelle wie Subscriptions oder Pay-per-Use fehlerfrei abzurechnen?