



KOSTEN SENKEN UND KUNDEN BEGEISTERN

# MIT DIGITALEN LÖSUNGEN DAS FIELD SERVICE MANAGEMENT REVOLUTIONIEREN

**mw** medienwerft

**FIS**

# INHALT

<b>01</b>	<b>AGIEREN STATT REAGIEREN BEDEUTUNG DES SERVICE NIMMT IMMER WEITER ZU</b>	<b>3</b>
<b>02</b>	<b>SERVICE-PROZESSE OPTIMIEREN WIE UNTERNEHMEN VON EINEM DIGITALEN FIELD SERVICE MANAGEMENT PROFITIEREN</b>	<b>4</b>
	<b>2.1</b> Effizientere Einsatzplanung und Steuerung durch die Disposition	<b>4</b>
	<b>2.2</b> Mobiles Arbeiten im Außendienst	<b>4</b>
	<b>2.3</b> Next Level Service: Mehr Flexibilität für Kunden und Unternehmen	<b>5</b>
<b>03</b>	<b>FAZIT MIT DIGITALEN LÖSUNGEN ZU MEHR EFFIZIENZ UND KUNDENZUFRIEDENHEIT</b>	<b>10</b>



## 01 AGIEREN STATT REAGIEREN

# BEDEUTUNG DES SERVICE NIMMT IMMER WEITER ZU

**Die Einsatzplanung von mobilen Ressourcen eines Unternehmens zur Abwicklung von Service- und Instandhaltungsaufträgen erfordert immer mehr Aufmerksamkeit. Disponenten müssen heute eine Vielzahl von verschiedenen Ressourcen – darunter Mitarbeiter (interne und externe), Fahrzeuge, technische Hilfsmittel und Maschinen – steuern und verwalten, um die steigenden Erwartungen an den Kundendienst zu erfüllen.**

Laut der LEAN Service Studie der Stufen AG sieht sich der Großteil der befragten Unternehmen in den nächsten 5 Jahren auf dem Weg vom Produkt- hin zum Lösungsanbieter. 92% der Befragten stufen das Servicegeschäft als wichtig bzw. sehr wichtig für ihren zukünftigen Erfolg ein. So führt die hohe Relevanz

**92 % der Befragten stufen das Servicegeschäft als wichtig bzw. sehr wichtig für ihren zukünftigen Erfolg ein.**

des Kundenservice zu einem zukünftigen Ausbau der Leistungen und einer Umsatzsteigerung.

Unternehmen, die den Kundenservice als Möglichkeit verstehen, zusätzliche Einnahmen zu erzielen und Kunden

langfristig an das Unternehmen zu binden, werden jetzt und in Zukunft ihre Marktanteile sichern und ausbauen können. Voraussetzung dafür ist, dass sie im Field Service nicht nur auf gemeldete Probleme reagieren. Maschinen werden immer komplexer und geringe Ausfallzeiten in Produktionsunternehmen sind geschäftsentscheidend. Als Serviceanbieter schafft

man deshalb durch präventive Instandhaltungsmaßnahmen immense Vorteile für seine Kunden und bindet diese nachhaltig an das eigene Unternehmen. Durch den regelmäßigen Kontakt können so Up- und Cross-Selling-Potenziale aufgedeckt und erschlossen werden.

Digitale Lösungen helfen dabei die vielfältigen Herausforderungen im Service zu bewältigen und die Abteilung im Unternehmen zu einer wichtigen Umsatzquelle zu etablieren.



Im Whitepaper erfahren Sie, wie sie mit einer digitalen Lösung im Field Service Management Ihre Prozesse optimieren und Kunden zu Fans machen.

Mit einer digitalen Einsatzplanung, einer mobilen Lösung für den technischen Außendienst und Self-Service-Funktionalitäten steigern Sie Ihre Erstlösungsrate und die Kundenzufriedenheit.



## 02 SERVICE-PROZESSE OPTIMIEREN

# WIE UNTERNEHMEN VON EINEM DIGITALEN FIELD SERVICE MANAGEMENT PROFITIEREN

### 2.1 EFFIZIENTERE EINSATZPLANUNG UND STEUERUNG DURCH DIE DISPOSITION

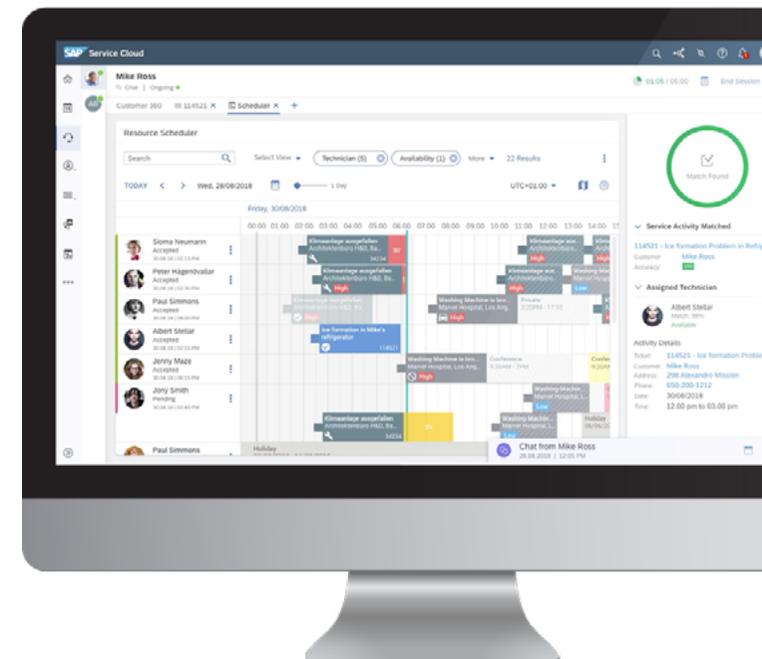
In mittelständischen Unternehmen wie bei großen DAX-Konzernen erfolgt die Einsatzplanung der Field Service Mitarbeiter in der Regel durch eine zentrale Disposition. Dort wird vielfach noch mit Hilfe von Plantafeln und im besten Fall teilautomatisierten Excel-Listen versucht, die einzelnen Tourentage so zu gestalten, dass die Kosten für den Außendienstesatz beherrscht werden. Die Schwächen dieses Systems liegen auf der Hand: Es ist unflexibel, bedingt einen hohen administrativen und zeitlichen Aufwand für den Disponenten und überträgt Informationen nicht an andere Systeme, wie das ERP-System, um auf Daten abteilungsübergreifend zuzugreifen. Damit ist es kaum geeignet, den Field Service von einem Cost- zu einem Profitcenter zu entwickeln.

Sinnvoller, und das bereits bei kleineren Field Service Abteilungen, ist es, den Außendienst durch eine moderne Software zu steuern und darin alle Einsätze vor Ort bei den Kunden zentral zu planen. Im besten Fall ist das Field Service Management keine Stand-alone-Lösung, sondern in das Unternehmens-ERP integriert. So müssen notwendige vor- und nachgelagerte Prozesse nicht mehrfach erfasst und verwaltet werden.

Mit einer solchen integrierten Lösung kann außerdem die zeitliche Planung genauer gesteuert werden: Jeder einzelne Mitarbeiter im Field Service lässt sich damit nach individueller Verfügbarkeit und Einsatzgebiet planen. Und nicht nur das: Auch die Qualifikation der Außendienstmitarbeiter wird bei

einer automatisierten oder teilautomatisierten Planung berücksichtigt und mit den Anforderungen des Servicefalls abgeglichen, sodass Fehler bei der Disposition im Vorfeld weitgehend auszuschließen sind (vgl. Abb. 1).

Das sorgt bei Disposition und Außendienst für zufriedene Gesichter: Denn so lässt sich das Personal besser planen und die für einen Außendienstesatz erforderlichen Materialien,



**Abb. 1:** Einsatzplanung in einer Field Service Management Lösung (SAP SE oder ein SAP-Konzernunternehmen, 2018)

## EXKURS: BEISPIELE FÜR KÜNSTLICHE INTEL- LIGENZ IM FIELD SERVICE MANAGEMENT

Künstliche Intelligenz (KI) kann im Service beispielsweise die Analyse und Zuordnung von Kundenanfragen übernehmen. Die Daten aus den Anfragen werden ausgelesen und anhand verschiedener Parameter wie Qualifikation Standort und Verfügbarkeit dem geeignetsten Servicetechniker zugewiesen.

Auf KI basierende Chatbots können bei „First-Level“-Anfragen zusätzlich für Entlastung sorgen. Über Chatfenster erteilen sie Kunden einfache Auskünfte. Die Informationen entnehmen Sie beispielsweise den FAQs des Unternehmens, oder sie stellen technische Datenblätter sowie Gebrauchsanweisungen zur Verfügung. So können Vor-Ort-Einsätze minimiert werden und die Kunden erhalten rund um die Uhr Antworten auf einfache Problemstellungen.

KI-Algorithmen helfen außerdem dabei aus den enormen Datenmengen und Kennzahlen, die ein Unternehmen in unterschiedlichsten Systemen besitzt, hilfreiche Schlüsse für die Zukunft abzuleiten. Gesammelte Erfahrungswerte werden analysiert und bilden die Basis für zukünftige Planungen und Entscheidungen.

Fahrzeuge und Werkzeuge lassen sich ebenfalls auf Knopfdruck für den geplanten Termin reservieren. In einem integrierten System stellt eine Schnittstelle zur Lagerverwaltung sicher, dass die für den Einsatz erforderlichen Verbrauchsmaterialien rechtzeitig abgebucht, kommissioniert und intern fakturiert werden, ohne dass dafür der Mitarbeiter im Außendienst aktiv werden muss. Und werden im Rahmen des Einsatzes vor Ort beim Kunden Materialien verbraucht, lassen sich diese

**Die exakte Planung von Material, Werkzeug und Personal sorgt dafür, dass Servicefälle meist beim ersten Besuch gelöst werden können.**

Planung und Einsteuerung von Material, Werkzeug und Manpower – bei der zunehmend auch Künstliche Intelligenz zum Einsatz kommt – sorgt dafür, dass der Servicefall meist beim ersten Besuch gelöst werden kann. Der für den Field Service entscheidende KPI „First-Time Fix Rate“ wird so dauerhaft erhöht – und mit ihm die Kundenzufriedenheit.

Ein weiteres Themenfeld, das sich durch die Einführung und Nutzung einer integrierten Field Service Lösung dauerhaft verbessern lässt, ist die Tourenplanung. Die Optimierung von Wegen und Einsatzzeiten im Außendienst stellt für jeden Disponenten eine zeitintensive Herausforderung dar, bindet also erheblich Arbeitszeit. Mit einer Software, in der sämtliche Autobahnen, Landstraßen und sonstigen Verkehrswege gespeichert sind, lassen sich solche Optimierungen binnen Sekunden-

auch ohne zusätzlichen manuellen Aufwand (und ohne Zeitverzögerung) nachdisponieren, sobald der Field Service-Mitarbeiter den Abschlussbericht im System erfasst und freigegeben hat.

Aber auch der Endkunde profitiert direkt von der Nutzung einer digitalen Lösung: Die exakte

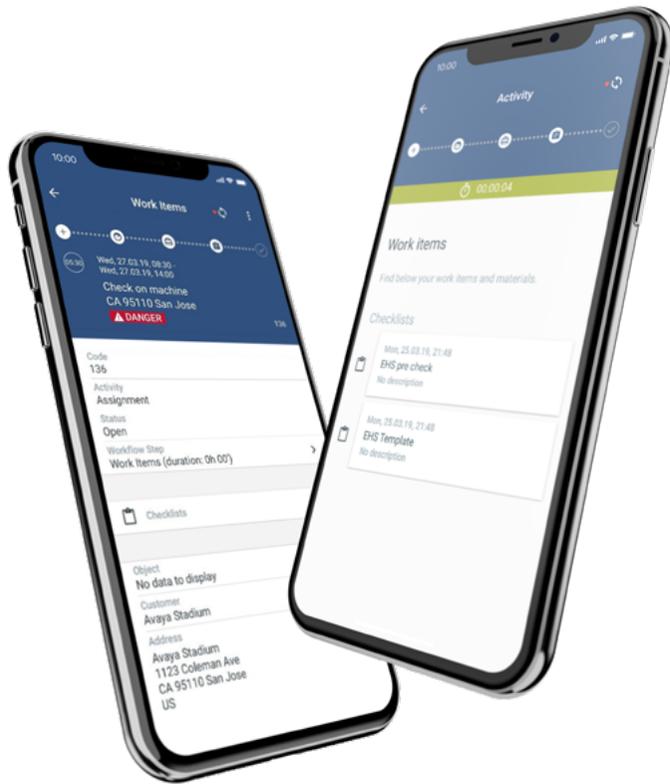
bruchteilen errechnen. Das sorgt nicht nur für eine erhebliche Entlastung der Disposition, sondern senkt auch die Kosten für den Field Service deutlich. Denn Leerfahrten oder Standzeiten werden damit auf ein Minimum reduziert, während gleichzeitig die Auslastung des Field Service erhöht wird.

Besonders Unternehmen mit einem großen Pool von Technikern können durch Automatisierungen und den Einsatz von integrierten Systemen die Kosten deutlich senken und gleichzeitig die Fehlerbehebungsquote und damit die Effizienz der Serviceabteilung steigern.

## 2.2 MOBILES ARBEITEN IM AUSSENDIENST

Nicht nur die Disposition profitiert davon, wenn der Field Service in einem integrierten System angebunden ist und sämtliche Vorgänge und Prozesse zentral verwaltet werden. Auch für die Mitarbeiter im Außendienst bieten sich erhebliche Vorteile, wenn sie ihre Serviceberichte und Protokolle nicht wie bisher auf Papier und im Nachgang an einen Kundentermin erstellen müssen. Denn das manuelle Ausfüllen kostet nicht nur wertvolle Arbeitszeit, sondern ist auch vergleichsweise fehleranfällig. Dazu kommt, dass die dezentrale, papierbasierte Erfassung im Nachgang weiteren Arbeitsaufwand erfordert, etwa um die Dokumente zu verschiedenen internen Ansprechpartnern weiterzuleiten oder um aus den Informationen Kundenrechnungen, Bestellungen und To-do-Listen abzuleiten.

Technisch stellt es heute kein Problem mehr dar, sämtliche Prozessschritte in einer mobilen Anwendung, wie in Abbildung 2 (s. Seite 6), abzubilden und über ein Smartphone, Tablet oder Laptop als Schnittstelle zum zentralen IT-System zu steuern. Schon im Vorfeld lassen sich damit die Serviceaufträge sowie alle für den Einsatz vor Ort erforderlichen Informationen zum Kunden und zu den dort eingesetzten Produkten oder Geräten mobil speichern und stehen damit auch offline zur Verfügung.



**Abb. 2:** Beispiel für eine mobile Field Service Lösung für den Außendienst (SAP SE oder ein SAP-Konzernunternehmen, 2018)

So kann sich der Field Service Mitarbeiter optimal auf den Einsatz vorbereiten und beispielweise auch Protokolle früherer Einsätze abrufen, um auf Kundenwünsche oder Rückfragen besser vorbereitet zu sein.

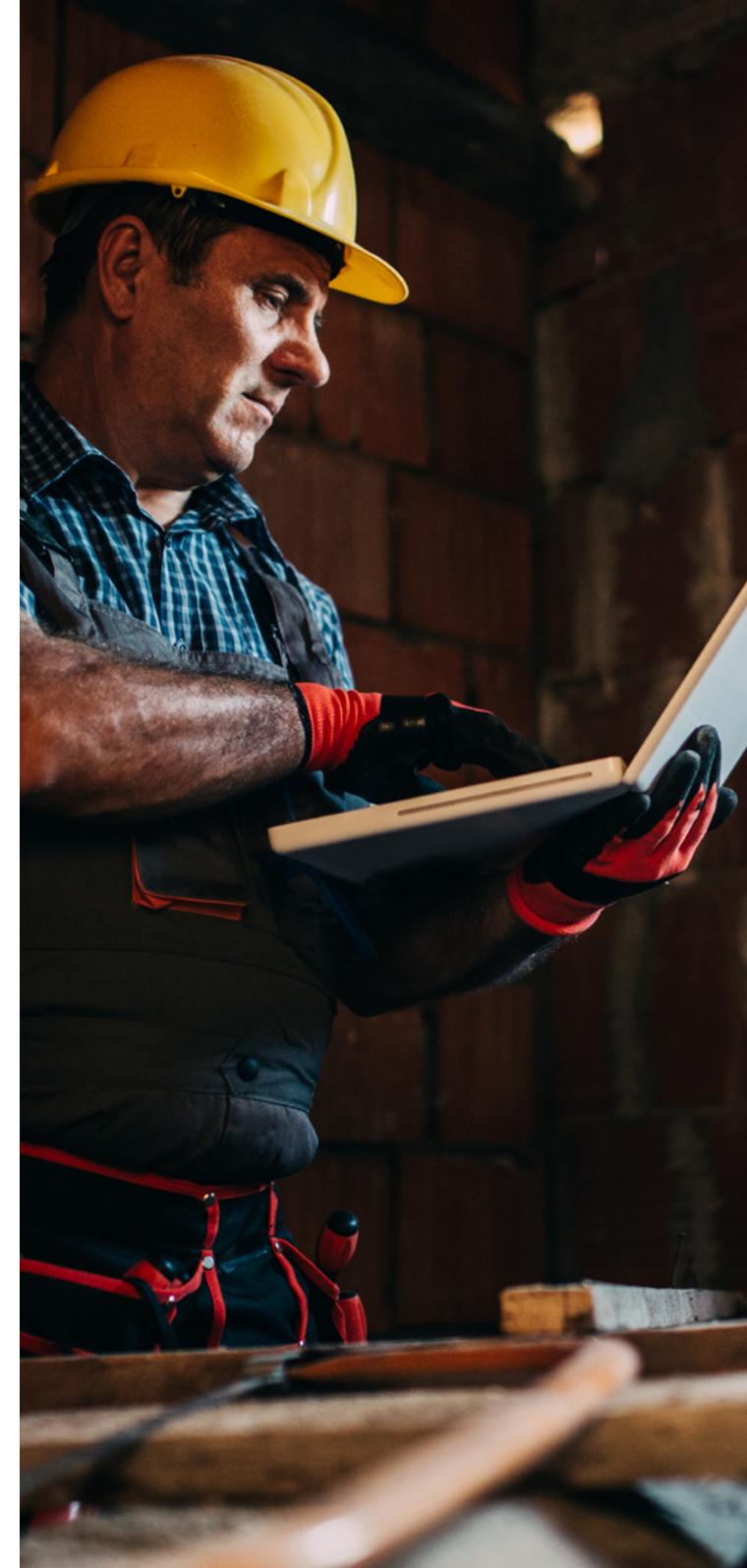
Die Erfassung von Arbeits- und Fahrtzeit lässt sich durch den Einsatz einer Field Service Management Software und die Einbindung entsprechender Mobilgeräte ebenfalls weitgehend automatisieren: Die Fahrtzeit ist ohne manuelle Erfassung exakt bestimmbar, indem die Daten des Navigationsgerätes ausgelesen und verarbeitet werden. Im Vorfeld planbare Arbeitsschritte lassen sich im System hinterlegen, sodass der Field Service

Mitarbeiter diese am Mobilgerät per Fingertip auswählen kann. Hierdurch wird direkt die für diesen Arbeitsschritt im System hinterlegte Arbeitszeit gebucht. Alternativ kann der Außendienst auch im Nachgang die Arbeitszeit individuell erfassen.

Das gilt natürlich in gleicher Form auch für das Teilemanagement: Material oder Ersatzteile können direkt im Anschluss an die Fertigmeldung eines Prozessschrittes verbucht werden, noch während der Field Service beim Kunden vor Ort ist. Hierdurch lassen sich gerade bei Artikeln mit längeren Wiederbeschaffungszeitfenstern Verzögerungen vermeiden und Lagerbestände reduzieren. Und nicht zuletzt reduziert eine solche automatische Verbuchung Fehler, die durch eine manuelle Buchung im Nachgang an einen Einsatz möglich und wahrscheinlich sind.

Der Einsatz mobiler Geräte im Field Service erlaubt zudem den Einsatz dynamischer Checklisten, die dem Mitarbeiter im Außendienst wichtige Orientierung und Anleitung bieten, beispielsweise zur strukturierten Fehleridentifikation und -beseitigung. Das erhöht die Servicequalität in der Breite, da alle Mitarbeiter, unabhängig von ihrer Erfahrung oder ihrem beruflichen Hintergrund, bei vergleichbaren Anforderungen vergleichbar handeln. Und nicht zuletzt lässt sich durch die Nutzung von mobiler Technik in einem integrierten System das Field Service Knowledge Management verbessern, indem der Mitarbeiter im Außendienst bei Bedarf Anleitungen, Sicherheitshinweise oder Videos abrufen kann, die ihn bei seinen Tätigkeiten vor Ort unterstützen.

Eine solche technische Infrastruktur lässt sich nicht nur zur operativen Unterstützung des Servicemitarbeiters nutzen, sondern bietet auch zusätzliche Chancen zur Identifikation von Up- und Cross-Selling-Potenzialen. Diese lassen sich etwa gezielt durch Checklisten ermitteln, ohne dass sich ein Mitarbeiter aus dem Vertrieb dafür einschalten muss. Der Field Service kann im





Verlauf des Kundengesprächs beispielsweise abklären, ob der Kunde bestimmte Leistungen oder Produkte bereits kennt, und ihm deren Funktion und Nutzen erläutern. Ebenso lassen sich ergänzende Serviceleistungen aktiv vermarkten und damit zusätzlicher Umsatz mit dem Kunden generieren, ohne dass hierfür ein erneuter Besuch durch einen Vertriebsmitarbeiter erforderlich ist.

**Die Durchlaufzeiten werden durch eine digitale Lösung immens verkürzt. Noch vor Ort beim Kunden kann die Faktura angestoßen werden.**

Sobald der Servicetechniker beim Kunden die notwendigen Arbeiten durchgeführt hat, vereinfacht und beschleunigt der Einsatz von Mobiltechnologie auch die Protokollierung der Leistungen und die Erstellung des Serviceberichtes. Auch das verkürzt die Durchlaufzeit beim Kunden, indem beispielsweise die erbrachten Leistungen durch Fotos, Notizen oder Scans umfassend dokumentiert werden. Anschließend kann der Kunde den gesamten Bericht mit seiner Unterschrift auf dem Mobilgerät digital signieren und damit rasch freigeben. Das spart Zeit und Ressourcen, und zwar beim Field Service ebenso wie beim Kunden, der sich den Servicebericht bei Bedarf ausdrucken und in Papierform archivieren kann. Ist das nicht erforderlich, etwa weil es sich um einen kürzeren Einsatz handelte, archiviert er einfach den gesamten Vorgang als Datei.

Noch während der Field Service Mitarbeiter auf dem Weg zum nächsten Kunden ist, kann er seinen Bericht mit allen zugehörigen Dokumenten und Begleitinformationen an die Zentrale senden und so den offenen Serviceauftrag abschließen. Liegezeiten und Verzögerungen entfallen somit komplett oder lassen sich auf ein absolutes Minimum reduzieren – un-

abhängig davon, wo genau der Einsatz stattfand und wann der Außendienstmitarbeiter wieder persönlich in der Unternehmenszentrale erscheint. Auf Wunsch lässt sich außerdem problemlos noch ein Freigabeworkflow realisieren, um beispielsweise das 4-Augen-Prinzip bei besonders kritischen Kunden oder Einsätzen zu realisieren.

Liegen sämtliche Daten und Informationen gebündelt vor, beschleunigt das natürlich auch die Faktura und Rechnungslegung erheblich. Durch eine an das ERP-System angebundene Lösung im Field Service werden Umlagerungsprozesse für Materialien automatisch angestoßen und Arbeitszeiten direkt gepflegt. So lässt sich die Faktura bereits anstoßen, sobald der Kunde den Bericht des Field Service unterschrieben und damit freigegeben hat.

Die Berechnung von Kennzahlen wie der Durchlaufzeit oder der Dauer von Serviceeinsätzen wird durch den Einsatz von Mobilgeräten im Field Service ebenfalls schneller und liefert exaktere Ergebnisse.

## **2.3 NEXT LEVEL SERVICE: MEHR FLEXIBILITÄT FÜR KUNDEN UND UNTERNEHMEN**

Fehlt eine spezialisierte Softwarelösung für den Field Service, müssen die Mitarbeiter in Disposition und Außendienst oft Doppelarbeiten leisten, etwa beim Erstellen von Berichten oder bei der Faktur. Außerdem sind zusätzliche Abstimmungen, etwa mit Lager und Beschaffung, erforderlich, die Zeit kosten und Kräfte im Field Service binden.

Ob im Zuge einer Inbetriebnahme von Anlagen oder Maschinen, für die Durchführung von geplanten und langfristig terminierten Wartungsarbeiten oder für die Beseitigung von Störungen und technischen Problemen: Eine moderne FieldService Management Software bietet vom ersten Kunden-

kontakt bis zum Abschluss der Arbeiten und darüber hinaus sinnvolle Unterstützung für alle beteiligten Mitarbeiter. Als integrale Ergänzung des ERP-Systems lassen sich fehlerträchtige, zeit- und ressourcenintensive Doppelerfassungen, etwa von erbrachten Leistungen oder Arbeitszeiten, vermeiden. Sämtliche Informationen werden zentral erfasst und dann intern an die entsprechenden Sachbearbeiter im Bereich der Kundenbetreuung, Disposition, Beschaffung, Buchhaltung oder Logistik weitergeleitet – natürlich in digitaler Form und damit sicher, transparent und verzögerungsfrei.

Und auch der Kunde selbst profitiert unmittelbar von digitalen Lösungen im Field Service Management durch die Nutzung von Self-Service-Diensten. Beispielsweise kann der Kunde zukünftig durch das Scannen eines QR-Codes auf seiner Maschine selbstständig Ersatzteile bestellen oder einen Servicetermin vereinbaren. Die Mitarbeiter im Service bekommen durch den Scan die genauen Daten der Maschinen sowie Informationen zu Ersatzteilen oder der letzten Wartung übermittelt und können die Bestellung ohne Rückfragen durchführen oder den Außendienstesinsatz perfekt vorbereiten.

Diese zusätzliche Flexibilität und Autonomie stellen eine neue Stufe des Kundenservice dar, die sicherlich in Zukunft immer wichtiger werden wird. Nicht zuletzt deswegen, weil mit der flächendeckenden Einführung des 5G-Mobilfunkstandards das Internet der Dinge (IoT) an Bedeutung gewinnt.

Alles wird schneller und vernetzter, mit der Konsequenz, dass Kunden Antworten und Reaktionen in Echtzeit erwarten. Während schnelle Antworten technisch durch E-Mail oder Messenger kein Problem darstellen, ist es jedoch nicht immer möglich, die benötigten Servicemitarbeiter ebenfalls so schnell bereitzustellen wie vom Kunden gewünscht.

Eine Lösung dafür bietet die Organisation eines Crowd Service. Dies bedeutet, dass das Serviceunternehmen auf einen Pool von Partnern und Freelancern zurückgreifen kann. In einer Field Service Management Lösung kann dieser Crowd Service aufgebaut und organisiert werden. Auch diese, oft externen Mitarbeiter können über eine mobile Anwendung in Echtzeit über anstehende Aufträge informiert werden. Genauso weiß auch das Unternehmen jederzeit über die Auslastung der Crowd Worker Bescheid. Umso größer der Pool an Servicetechnikern im Unternehmen wird, desto mehr Aufträge und Kunden können zwar angenommen werden. Gleichzeitig erfordert die steigende Mitarbeiterzahl aber auch mehr Planungsgeschick von Seiten der Disposition. Gerade hier werden automatisierte Prozesse durch Künstliche Intelligenz immer wichtiger. So kann das Service-Unternehmen professionell reagieren. Die Kunden profitieren dabei vor allem von schnellen Prozessen, wodurch die Zufriedenheit nachhaltig gesteigert wird.

#### VIDEO TIPP:

Das Video zeigt anhand der Field Service Management Lösung von SAP, wie mobile Prozesse den Außendienst optimieren:



[www.youtube.com/watch?v=6ZHdGPuztto](https://www.youtube.com/watch?v=6ZHdGPuztto)



## 03 FAZIT

# MIT DIGITALEN LÖSUNGEN ZU MEHR EFFIZIENZ UND KUNDENZUFRIEDENHEIT

Digitale Lösungen im Field Service werden immer wichtiger, um personelle und materielle Ressourcen im Außendienst bestmöglich einzusetzen. Im Bereich der Disposition lässt sich die Planung deutlich vereinfachen und effizienter gestalten. Mitarbeiter, Fahrzeuge, Material und Werkzeug lassen sich sehr viel exakter planen und steuern. Ein in das Unternehmens-ERP integriertes System macht die mehrfache Erfassung von Daten und Informationen unnötig und sorgt dennoch für höhere Transparenz im gesamten Prozess.

Die Mitarbeiter im Field Service profitieren ebenfalls davon, etwa durch die Nutzung von Mobilgeräten zur Erledigung administrativer Aufgaben: Alles lässt sich direkt im System erledigen, um Zeit, Wege und Abstimmungsaufwand zu reduzieren.

Nicht zuletzt bedeutet die Digitalisierung des Field Service Managements eine größere Kundenorientierung. Denn sie verkürzt die Reaktions- und Durchlaufzeiten im Service, verringert Ausfallzeiten beim Endkunden und legt die Basis dafür, dass Serviceunternehmen heute und in Zukunft schneller auf sich verändernde Kundenerwartungen reagieren können.

### WEITERE INTERESSANTE INHALTE ZUM THEMA SERVICE



#### WEBINARE

Die Experten der FIS-Gruppe sprechen in unseren On Demand Webinaren über aktuelle Themen und geben Tipps für die Umsetzung in Ihrem Unternehmen. Live-Demos ergänzen die übermittelten Inhalte.

[ZU DEN WEBINAREN](#)



## GEMEINSAM SIND WIR STARK

Medienwerft und FIS – zwei Unternehmen der FIS-Gruppe und zertifizierte SAP-Partner – decken gemeinsam das gesamte Themenspektrum der SAP Customer Experience ab. Sie bieten das Komplettpaket für Marketing, Vertrieb, Service und E-Commerce: Von der Konzeption und Beratung, über das Design bis zur technischen Implementierung.

Die FIS Informationssysteme und Consulting GmbH bildet das Dach der FIS-Gruppe. Der Schwerpunkt von FIS liegt in der individuellen SAP-Beratung und Durchführung von SAP-Projekten. Im Bereich Customer Experience ist FIS der Experte für SAP-Prozesse und deren technische Integration.

Die Medienwerft GmbH gehört zu den erfahrensten Internetagenturen in Deutschland. Die Kernkompetenz der Agentur liegt in der Entwicklung von E-Commerce-Anwendungen und digitalen Kommunikationskonzepten für Marken. Damit ist sie der Experte für UX-Design, E-Branding und Webshops.

Gemeinsam sind FIS und Medienwerft starke Partner für SAP und Customer Experience.

#### MEDIENWERFT GMBH

Wendenstraße 130  
20537 Hamburg  
Tel: +49 40 31 77 99 - 0



info@medienwerft.de  
www.medienwerft.de

#### FIS INFORMATIONSSYSTEME UND CONSULTING GMBH

Röthleiner Weg 1  
97506 Grafenrheinfeld  
Tel.: +49 97 23 / 91 88 - 0



info@fis-gmbh.de  
www.fis-gmbh.de