

Zwei erfolgsversprechende Service-Konzepte fürs (SHK-)Handwerk

„Big-Eye“ und Top-Handwerker-Guide

Um das Image des Handwerks hinsichtlich seiner Kundenorientierung steht es angesichts der immer wieder aufkeimenden Negativmeldungen in den Medien nach wie vor schlecht. So schieben Hausbesitzer z. B. die längst überfällige Bad- oder Heizungsmodernisierung immer wieder auf, weil sie Angst vor Schmutz, unpünktlichen und unzuverlässigen Handwerkern sowie langen Bauzeiten haben. Der verunsicherte Kunde, der serviceorientierte Handwerksbetriebe sucht, orientiert sich vor allem an eigenen Erfahrungen und Empfehlungen. Zwei innovative Konzepte könnten ihm die Suche in naher Zukunft nun erleichtern.



Mit ihrer Service-Initiative „Big-Eye“ wollen acht fränkische SHK-Innungsbetriebe gemeinsam die Servicekultur und die Kunden-Begeisterung in ihren Unternehmen optimieren und ihre Betriebe als Service-Marktführer positionieren. Das Konzept, das wir ab Seite 2 im bav-Teil dieser SBZ vorstellen, umfaßt zwei zentrale Strategien. Damit zum einen Botschaft beim Kunden ankommt, wurden die Marke „Big-Eye“, eine spezielle Broschüre sowie ein Internet-Auftritt entwickelt. Im Mittelpunkt der Öffentlichkeitswirkung stehen sieben Servicegarantien, die den besonderen Kundennutzen vermitteln sollen. Die zweite Basisstrategie will die Servicekultur in den einzelnen Unternehmen mit Schulungs- und Motivationskonzepten dauerhaft erhöhen.

Die Initiatoren machen das Konzept ab Herbst bundesweit allen interessierten SHK-Betrieben zugänglich, sofern diese bestimmte Voraussetzungen erfüllen. Fernziel des Partnerprogramms ist die Ausweitung der einheitlichen Servicemarke auf alle Bauhandwerks-Sparten.

Anderes Projekt, gleiche Zielrichtung. Handwerksmarketingexperte Dr. Bernd W. Dornach möchte im Rahmen von „Faszination Handwerk“ die Suche nach serviceorientierten Handwerkern im Bereich Bauen & Wohnen

ebenfalls erleichtern, allerdings auf eine ganz andere Art. Inspiriert von Hotel- und Restaurantführern wie Michelin, Gault Millau oder Schlemmer-Atlas soll bis Ende 2001 der erste Führer mit Top-Handwerksbetrieben verfügbar sein, die eine besondere Kundenorientierung bieten. Statt mit Sternen oder Kochmützen werden die Unternehmen mit maximal fünf Schleifen bzw. „Fliegen“ ausgezeichnet. Das Qualifikationsraster setzt vor allem auf Bereiche wie Auftragsabwicklung, Angebot spezieller Leistungen, Kundenreferenzen, Schulung von Mitarbeitern und Chefs etc. Im bav-Interview ab Seite 16 erläutert Dr. Dornach die Details dieses ehrgeizigen Projekts.

Bei beiden Konzepten erfahren die beteiligten Handwerksbetriebe, wo ihre Stärken und Schwächen im Dienstleistungsbereich liegen und wo Handlungsbedarf besteht. Ergänzend wird den Betrieben jeweils ein gezieltes Schulungsangebot vorgeschlagen. Hilfreich ist zudem die positive Öffentlichkeitswirkung der Service-Konzepte. Insbesondere könnte der Guide, sofern er wirksam vermarktet wird und die gelisteten Firmen ihr Serviceniveau beim Kunden auch realisieren, schon kurzfristig für eine hohe Medien-Aufmerksamkeit sorgen. – Doch egal, ob mit oder ohne Partnerprogramm oder Guide. Nur SHK-Betriebe, die ihre Kunden begeistern und besser bedienen können als die Wettbewerber, werden künftig die Gewinner am Markt sein. Daß Sie für diesen nicht ganz einfachen Weg zahlreiche Anregungen in dieser SBZ finden, wünscht Ihnen Ihr

Jürgen Wendnagel