




Ein Coaching- und  
Mentoringkonzept  
für moderne Serviceunternehmen

***Dr. Peter Pappritz***

*Trainer & Projektmanager - Dresden*

Neue Unternehmensleistungen überzeugend präsentieren,  
differenzierte Anliegen der Kunden sicher erfassen  
und dem Partner ein individuelles Leistungspaket schnüren

Dr. Peter Pappritz, Azaleenweg 3, 01279 Dresden, TELEFON: 0351 25 919 27 / FAX: 0351 25 919 99

MAIL:  [\[Dr.PeterPappritz@dptp.de\]](mailto:[Dr.PeterPappritz@dptp.de]) oder  [\[Dr.PeterPappritz@drpappritz.de\]](mailto:[Dr.PeterPappritz@drpappritz.de])


## Zur aktuellen Situation:

Zahlreiche Unternehmen, insbesondere auf dem Dienstleistungssektor, haben mit recht speziellen Produkten begonnen, ihre Märkte zu erobern. Heute sind sie als sehr flexible Serviceunternehmen gefragt, die ihren Partnern jeweils kundenspezifische Komplettleistungen aus einer Hand servieren.

Diese Entwicklung spiegelt sich besonders deutlich in der Firmengeschichte vieler IT - Dienstleistungsunternehmen wider.

Sie bauen praktisch auf eine hochmoderne Art der intelligenten Wertschöpfung, die ihnen Wachstum und Marktpositionen sichern. Hier liegen ihre Stärken als Unternehmen, die sie aus ihrem fachlichen Leistungsvermögen und der Sachkompetenz ihrer Mitarbeiter schöpfen.

Dr. Peter Pappritz, Azaleenweg 3, 01279 Dresden, TELEFON: **0351 25 919 27** / FAX: **0351 25 919 99**

MAIL:  [\[Dr.PeterPappritz@dptp.de\]](mailto:Dr.PeterPappritz@dptp.de) oder  [\[Dr.PeterPappritz@drpappritz.de\]](mailto:Dr.PeterPappritz@drpappritz.de)

## Veränderungen, die sich abzeichnen:

Dafür, dass es nötig und lohnenswert ist, als Serviceunternehmen die eigenen Stärken ständig mit ganzer Aufmerksamkeit im Blick zu behalten, intensiv zu pflegen und weiter auszubauen, sprechen zwei Momente:

### 1. Mit der Veränderung und Entwicklung des Leistungspotentials der Serviceunternehmen entfalten sich zugleich neue unternehmerische Anforderungen

Serviceunternehmen machen sich ständig vertraut mit neuesten Entwicklungen und beherrschen die adäquaten Technologien.

So erkennen sie auch neue wirtschaftliche Chancen für ihre Kunden und Partner.

Diesem neuen Leistungspotential muß heute immer zielgerichteter **mit den Kunden gemeinsam** zur Wirkung verholfen werden.

Ist es nicht praktisch so: Mit jeder neu erarbeiteten

Service - Leistung beginnt das Ringen selbst um eine schon länger bewährte Partnerschaft oder Kundenbeziehung durch intensive Überzeugungsarbeit für dieses Neue immer wieder fast von vorn!

Die Brillanz einer neuen Lösung mit all ihren ökonomischen Wirkungen, die sie auslöst, spricht dem Kunden gegenüber - leider - nicht "für sich"!



## 2. Zum Teil tiefgreifende Wandlungen im Erwartungsspektrum der Kunden und Partner

verlaufen zwar durchaus "im Trend", aber keineswegs zwangsläufig und eindeutig

Die Unternehmen, die Serviceleistungen in Anspruch nehmen, sind einem nicht geringen Druck ausgesetzt, mit Trends und modernen Entwicklungen ständig Schritt zu halten. Es scheint eine Entwicklung in Gang zu sein, die sie leistungsstarken Servicepartnern geradezu in die Arme treiben könnte...

...wenn sich jeweils nicht eine sehr eigenständige Dynamik ihrer spezifischen Unternehmensinteressen abzeichnen würde, die das Ganze komplizierter, weil nicht in allem vorhersehbar werden lässt.

Andererseits aber: eröffnet nicht gerade diese eher offene Situation jedem Serviceunternehmen die **Chance, sich immer wieder die Leistungsfelder seiner Entwicklungsarbeit neu zu erschließen und damit praktisch den eigenen Markt klarer, ja auch flexibler abzustecken?**

Dr. Peter Pappritz, Azaleenweg 3, 01279 Dresden, TELEFON: 0351 25 919 27 / FAX: 0351 25 919 99

MAIL:  [\[Dr.PeterPappritz@dptp.de\]](mailto:Dr.PeterPappritz@dptp.de) oder  [\[Dr.PeterPappritz@drpappritz.de\]](mailto:Dr.PeterPappritz@drpappritz.de)

## Dringende Fragen:

Wer den Ehrgeiz hat, seine Unternehmensziele durch qualifiziertes Service - Management umzusetzen, wird die Antworten auf **zwei Fragen** suchen, um sein Arbeitsfeld "**Servicequalität**" treffsicher zu definieren:

- Welche Konsequenz ist als Serviceunternehmen an den Tag zu legen, um das firmenspezifische Leistungsspektrum und Entwicklungspotential umfassend und grundsätzlich **anhand belegter Kundeninteressen in ihrer ganzen Differenziertheit zu entfalten und zu managen?**
- Wie gelingt es, das Unternehmens - Management durchgängig an einer engen Verbundenheit zu ihren Kunden und Partnern zu orientieren, d. h., **sich dem Kunden mit Leistungen auf eine Weise zu empfehlen, die er voll und ganz, und zwar aus seiner Sicht als seinen veränderten Interessen angemessenen und damit als erwartete Leistung erkennen und annehmen kann?**

(Nicht zu vergessen: Bereits eine in jeder Hinsicht **erkennbare Leistungsbereitschaft** für den Kunden fällt entscheidend ins Gewicht!)

Dr. Peter Pappritz, Azaleenweg 3, 01279 Dresden, TELEFON: **0351 25 919 27** / FAX: **0351 25 919 99**

MAIL:  [\[Dr.PeterPappritz@dptp.de\]](mailto:Dr.PeterPappritz@dptp.de) oder  [\[Dr.PeterPappritz@drpappritz.de\]](mailto:Dr.PeterPappritz@drpappritz.de)



Ein klar differenziertes und vor allem **"tagaktuelles Bild"** über die Entwicklungen im Erwartungsspektrum der Kunden und Partner mit Blick auf deren eigenen Ziele am Markt zu besitzen, wird zu einem wichtigen **Qualitätsfaktor** im Service - Management, der intensiv bearbeitet sein will. Das gilt umso mehr, weil er praktisch als ein **goldener Schlüssel für lohnende Aufträge und langfristige Partnerschaften** gelten dürfte.

Shakespeare soll einmal geäußert haben:

**"Der einzige gute Verkäufer, den ich kenne,  
ist mein Schneider:**

**Er nimmt jedes Mal neu Maß."**

Dr. Peter Pappritz, Azaleenweg 3, 01279 Dresden, TELEFON: **0351 25 919 27** / FAX: **0351 25 919 99**


MAIL:  [\[Dr.PeterPappritz@dptp.de\]](mailto:Dr.PeterPappritz@dptp.de) oder  [\[Dr.PeterPappritz@drpappritz.de\]](mailto:Dr.PeterPappritz@drpappritz.de)

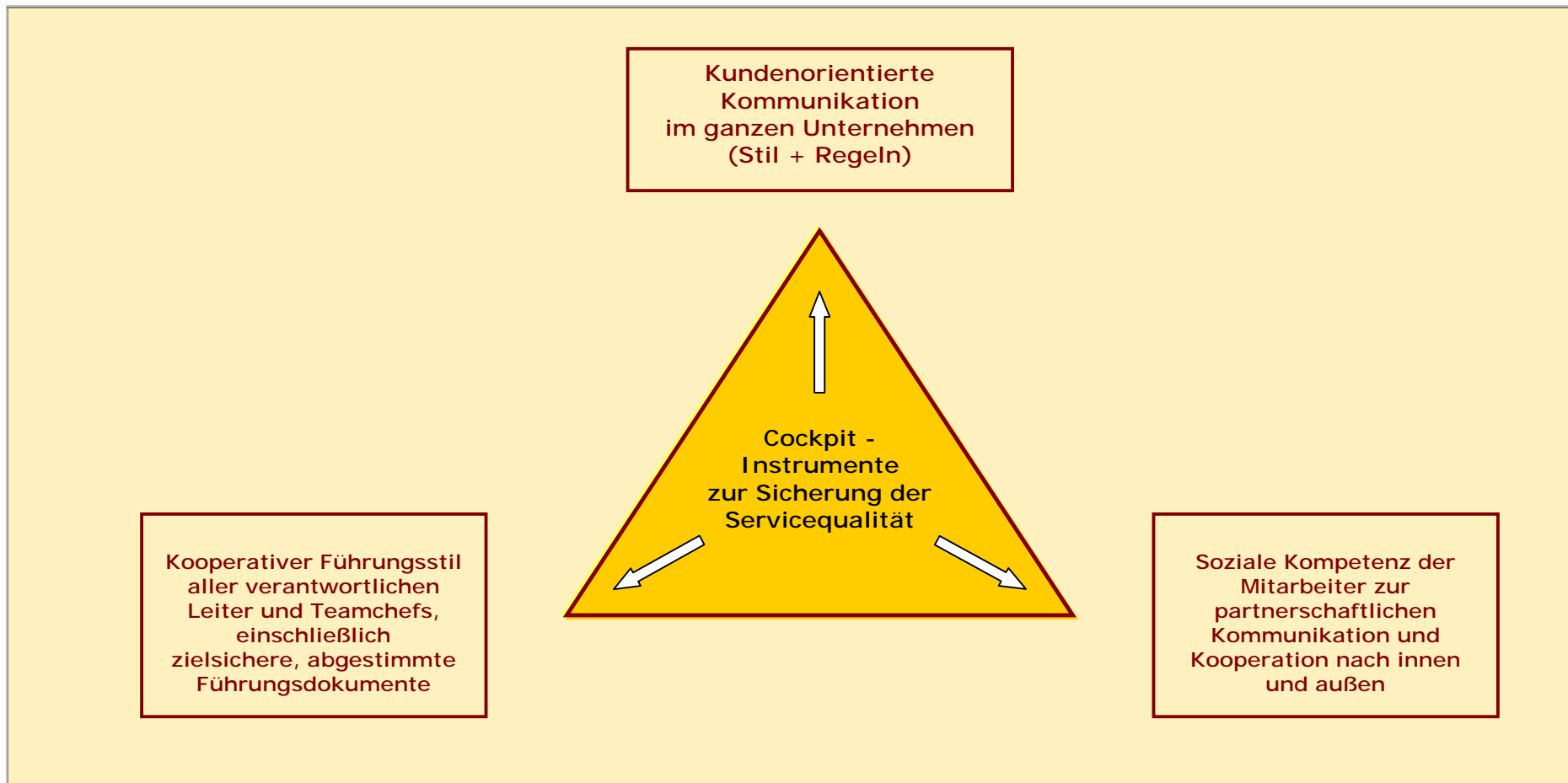
## **Servicequalität sicherstellen:**

Wo sind die entscheidenden "Stellschrauben", die es erlauben, das ganze Schiff praktisch vom Cockpit aus sicher zu steuern und die Abläufe im Unternehmen mit Blick auf die Servicequalität in der Hand zu behalten?



Wird ein stabiles und durchgängiges Servicemanagement angestrebt, werden vor allem drei Bereiche im Mittelpunkt der Aufmerksamkeit liegen:

Dr. Peter Pappritz, Azaleenweg 3, 01279 Dresden, TELEFON: **0351 25 919 27** / FAX: **0351 25 919 99**

MAIL:  [\[Dr.PeterPappritz@dptp.de\]](mailto:Dr.PeterPappritz@dptp.de) oder  [\[Dr.PeterPappritz@drpappritz.de\]](mailto:Dr.PeterPappritz@drpappritz.de)



Dr. Peter Pappritz, Azaleenweg 3, 01279 Dresden, TELEFON: 0351 25 919 27 / FAX: 0351 25 919 99

MAIL:  [\[Dr.PeterPappritz@dptp.de\]](mailto:Dr.PeterPappritz@dptp.de) oder  [\[Dr.PeterPappritz@drpappritz.de\]](mailto:Dr.PeterPappritz@drpappritz.de)

Ein **Coaching- und Mentoringkonzept**, das Ihnen wirksame Unterstützung bietet, Ihre Cockpitinstrumentarien sicher zu handhaben, wird letztlich folgendes leisten müssen:

- Die Fachkompetenz Ihrer Mitarbeiter mit neuen Fertigkeiten zur partnerschaftlichen Kommunikation und Kooperation bereichern

Es geht letztlich um Fertigkeiten, die zum Schlüssel für den "tagaktuellen" Überblick über die Kundenerwartungen werden. Bei aller Wirksamkeit traditioneller Marketinginstrumente: Der Direktkontakt derer, die selbst die Leistungen für den Kunden zu erbringen haben, und ihr sicheres Urteil zu Entwicklungen im Erwartungsspektrum der Kunden und Partner sind durch nichts zu ersetzen!

- Potentialanalyse im Unternehmen, Begleitung beim Kunden und Partner, Evaluierung spezifischer Trainingsinhalte und strukturierter Coachingplan

Ziel ist, das Servicepotential des Unternehmens zu erkennen und die spezifischen, schrittweise zu bearbeitenden Veränderungsmöglichkeiten zu ermitteln und abzustimmen.

Dr. Peter Pappritz, Azaleenweg 3, 01279 Dresden, TELEFON: **0351 25 919 27** / FAX: **0351 25 919 99**

MAIL:  [\[Dr.PeterPappritz@dptp.de\]](mailto:Dr.PeterPappritz@dptp.de) oder  [\[Dr.PeterPappritz@drpappritz.de\]](mailto:Dr.PeterPappritz@drpappritz.de)

- Ihre Mitarbeiter erschließen sich ihre Leistungspotentiale selbst und vereinbaren mit Ihnen und mir persönliche Coachingziele



Keine Maßnahme wird greifen, ohne die Mitarbeiter aktiv einzubeziehen und damit für Veränderungen zu motivieren...

- Bearbeitung aktueller Referenzprojekte bzw. Checklisten als Führungsinstrumente zur differenzierten Arbeit mit Kunden und Partnern

"Die einzige gute Idee  
ist eine durchgeführte Idee,  
die durchgeführt bleibt"...

**Sichern Sie sich ab!**

Dr. Peter Pappritz, Azaleenweg 3, 01279 Dresden, TELEFON: **0351 25 919 27** / FAX: **0351 25 919 99**

MAIL:  [\[Dr.PeterPappritz@dptp.de\]](mailto:Dr.PeterPappritz@dptp.de) oder  [\[Dr.PeterPappritz@drpappritz.de\]](mailto:Dr.PeterPappritz@drpappritz.de)