

Intro

Hallo und herzlich Willkommen zu einer neuen Folge Canon OnAIR. Let's Talk., dem B2B-Podcast der Canon Deutschland GmbH, moderiert von Heidi Kiser.

Heidi Kiser

Hallo und herzlich Willkommen zu einer neuen Folge unseres Podcasts Canon OnAIR. Let's Talk.. Schön, dass Sie heute dabei sind. In dieser Folge werfen wir gemeinsam einen Blick hinter die Kulissen unserer täglichen Arbeit und zeigen, wie die erfolgreiche Zusammenarbeit zwischen Client Service Manager und Professional Client Services funktioniert. Dafür habe ich heute zwei Gäste eingeladen. Hallo Lorena, hallo TJ. Vielleicht stellt ihr euch zu Beginn mal kurz vor.

Lorena Rohde

Hallo Heidi, danke erstmal für die Einladung. Sehr gerne, ich bin Lorena Rohde. Ich arbeite als Teamleiterin bei Canon Deutschland für den Bereich Client-Service-Management, abgekürzt CSM. Ich denke mal, die Abkürzung wird heute noch sehr, sehr häufig fallen. Meine Aufgabe ist es, unsere Kunden langfristig zu begleiten. Wir aus dem Service, gemeinsam mit TJ, sind da wirklich ganz nah am Kunden dran. Und ja, wir müssen sicherstellen, dass die Anforderungen unserer Kunden umgesetzt werden, dass wir die natürlich auch verstehen und dass sie den größtmöglichen Nutzen aus unserem Service dann ziehen.

TJ

Ja, hallo zusammen. Freut mich dabei zu sein. Mein Name ist TJ, steht für kurz für Tim Jeffrey. Das ist mein eigentlicher Name, der ist ein bisschen lang geworden. Deswegen haben wir uns auf eine Kurzform geeinigt. Ich bin der Teamleiter vom Professional Client Service Team. Ja, wie Lorena gerade schon sagte, arbeiten wir Hand in Hand mit den Client Service Managerinnen. Wir sind ein technisches Team, betreuen den Kunden eigentlich rundum und was wir so machen, das erfahrt ihr gleich.

Heidi Kiser

Ja, ich würde sagen, bevor wir starten, lass uns mal kurz auf die letzte Folge zum Thema MPS zurückblicken, weil Lorena, du warst ja schon mal zu Gast. Da haben wir uns intensiv mit Managed Print Services beschäftigt und der Frage, was eigentlich hinter dem Begriff steckt und haben auch gesprochen darüber, welche Leistungen dazugehören, wie Unternehmen ihre Druck- und Dokumentenumgebung transparenter gestalten können und welche Rolle Themen wie Sicherheit, Effizienz und die Entlastung der IT dabei spielen. Und was ich mir so als

zentrales Fazit gemerkt habe, war, dass Managed Sprint Service längst nicht mehr die reine Verwaltung von Druckern sind, sondern sie eben Unternehmen dabei helfen, Komplexität zu reduzieren, Prozesse zu optimieren und interne Ressourcen gezielt einzusetzen, wo sie den größten Mehrwert schaffen. Also kurz gesagt, weniger Aufwand für die Druckinfrastruktur, mehr Fokus auf das eigentliche Kerngeschäft. Genau an dem Punkt würde ich heute mit euch beiden anknüpfen. Und meine erste Frage, viele Kunden hören zwar regelmäßig Begriffe wie CSM und PCS, wissen aber gar nicht genau, was dahinter steckt. Ich übrigens auch nicht, deswegen bin ich ganz gespannt. Könnt ihr die Begriffe kurz erklären?

Lorena Rohde

Gerne. Ich fange einfach mal an, TJ. Ja, der Client Service Manager ist der Spoc. Single Point of Contact, bedeutet er ist der zentrale Ansprechpartner für den Kunden. Wir begleiten auch strategische Themen, ja die operativen Themen. Wir koordinieren zusammen die Anforderungen, erkennen dann natürlich auch Optimierungspotenziale und arbeiten sehr, sehr eng mit den verschiedenen Fachbereichen zusammen. Mein Ziel ist es dann immer, den Kunden bestmöglich zu unterstützen und langfristig erfolgreich zu machen.

TJ

Ja, da knüpfe ich an. PCS übernimmt die operativen und technischen Themen. Wir setzen die Anforderungen des Kunden um, analysieren dessen Prozesse, unterstützen bei technischen Fragestellungen und sorgen dafür, dass die vereinbarten Leistungen laut Vertrag reibungslos erbracht werden. Also zusammengefasst, Lorenas Team übernimmt die strategische Ausrichtung und wir den operativen Part.

Heidi Kiser

Und was macht eure Zusammenarbeit denn so besonders? Es ergänzt sich ja ganz gut, würde ich behaupten.

Lorena Rohde

Ich würde sagen vor allem die enge Abstimmung. Wir sind regelmäßig gemeinsam in Kundenterminen vertreten, betrachten dann natürlich auch dann die Themen aus unterschiedlichen Perspektiven und dadurch erhält dann der Kunde sowohl die strategische als auch die technische Unterstützung aus einer Hand, aus einem Team. TJ und ich arbeiten sehr, sehr eng zusammen, aber auch natürlich dann unsere Mitarbeiter, der CSM und der PCS Mitarbeiter, die arbeiten dann immer an einem Kundenprojekt zusammen.

TJ

Vor allem bei Themen wie Incidents, IMACD-Prozessen, da gehen wir nachher noch drauf ein, oder zum Beispiel Reportings, profitieren Kunden davon, dass wir eng zusammenarbeiten und direkt gemeinsame Lösungen entwickeln können.

Heidi Kiser

Ja, was ich jetzt ganz spannend finde, ihr habt beide den Kunden in den Fokus gestellt, die Kundentermine, die ihr gemeinsam begleitet. Warum ist das so wichtig?

Lorena Rohde

Ich denke, dass Kommunikation sowohl intern als auch extern wirklich der Schlüssel zum Erfolg ist. Wir führen je nach Bedarf ein bis zweimal die Woche intern und externe Meetings durch. Ob wir jetzt erstmal intern, weil ich sage mal in Projekten müssen wir uns ja auch gut genug abstimmen intern, damit wir souverän mit dem Kunden dann ins Geschäft gehen können.

TJ

In den Meetings besprechen wir vor allem aktuelle Herausforderungen, aktuelle Themen. Wir gucken uns an, in welche Richtung sich das Druckgeschäft entwickelt. Wir bleiben dadurch alle auf dem gleichen Stand und können dadurch unsere Strategie auf jeden Fall mit dem Kunden zusammen anpassen.

Lorena Rohde

Ja, der Vorteil an genau solchen Meetings ist ja dann auch, dass wir dann schon Herausforderungen vorab lösen, bevor die überhaupt entstehen. Das ist natürlich genau der Mehrwert, den wir dann auch natürlich haben, dadurch, dass ein CSM- und PCS-Mitarbeiter mit dabei ist. Und durch dieses regelmäßige Abstimmen ist das halt umso wertvoller.

Heidi Kiser

Ja, TJ, du hast vorher schon den Begriff Inzidenz erwähnt. Für alle, die den Begriff vielleicht nicht sofort einordnen können, was bedeutet das denn genau?

TJ

Also ein Incident ist im Grunde genommen einfach ein Problem, in diesem Fall mit dem Drucker, was dem Kunden aufgefallen ist. Der Kunde hat die Möglichkeit, das zu melden. Wir kümmern uns darum, das zu beheben. Da gibt es verschiedene Herangehensweisen, entweder Remote oder On-Site. On-Site wäre durch unsere Techniker. Unser Team ist mehr in die Remote-Richtung aufgestellt. Wir haben zum Beispiel verschiedene Tools, die wir anwenden können. Wir können uns auf den Drucker aufschalten. Dadurch, dass wir in den Kundensystemen arbeiten, können wir uns auch Tools zunutze machen, die der Kunde uns zur Verfügung stellt. Also da sind uns keine Grenzen gesetzt. Wir können uns auf den PC aufschalten und haben damit eigentlich die Möglichkeit, dem Kunden sozusagen alles abzunehmen, was Einstellungen angeht, was jetzt die Problemlösung angeht. Wir können uns direkt mit einem Blick alles Mögliche angucken, wo der Fehler liegt. Und dadurch generiert das halt einen Mehrwert für Canon und den Kunden. Wir sind schneller mit dem Problem fertig. Der Kunde ist schneller geholfen damit und alle sind zufrieden.

Heidi Kiser

Aber nicht immer ist es ja eine Störung. Es gibt ja auch andere Anfragen, oder?

TJ

Genau. Neben den klassischen Incidents gibt es auch Requests. Darunter fällt eigentlich alles, was der Kunde so anfordern kann. Toner, Heftklammern, mal eine Karte in deren Verwaltungssystem ändern, wenn zum Beispiel ein Mitarbeiter ausgeschieden ist. Oder es gibt auch iMac-Prozesse, da gehen wir gleich noch drauf ein.

Heidi Kiser

Und welche Vorteile ergeben sich daraus, wenn man jetzt den Blick des Kunden hat?

TJ

Also der Kunde hat dadurch deutlich geringeren manuellen Aufwand, kann sich auf eine schnelle Bearbeitung verlassen, da wir besser aufgestellt sind in diese Richtung. Er hat eine hohe Transparenz, da das bei sich im System alles mit dokumentiert wird, kann dadurch alles nachverfolgen und ist bestens upgedatet über alle Vorgänge.

Lorena Rohde

Vielleicht nochmal ergänzend dazu, wir sind ja schon sehr, sehr technisch unterwegs. Es gibt auch sogenannte KB-Artikel, schon wieder eine Abkürzung, aber vielleicht kennt der eine oder andere Zuhörerinnen, Zuhörer das auch. Und zwar KB steht für Knowledge Base Artikel. Wir erstellen diese für den First Level Support oder auch für den Anwender von dem Kunden. Das bedeutet, das ist eigentlich eine ganz einfache Anleitung. Wie wechselt man einen Toner? Wie behebt man selber einen Papierstau? Das ist natürlich auch von großem Vorteil, dass der Anwender oder der First Level Support beim Kunden sich selber helfen kann. Absolut. Und dadurch läuft das System dann auch schneller. Der Kunde, der Anwender ist glücklicher und die Arbeitsprozesse laufen einfach wieder einwandfrei.

Heidi Kiser

Ja, wir sind heute bei ganz vielen Abkürzungen und ein weiterer Begriff, der in dem Kontext häufig fällt, ist eben iMacD. Was steckt da genau dahinter?

TJ

Über iMacD sind wir ja gerade schon gestolpert. Das ist im Grunde genommen einfach nur eine Ansammlung von Abkürzungen. Jeder einzelne Buchstabe steht für ein Wort. In diesem Fall iMacD steht für Install, Move, Add, Change und oft wird zusätzlich noch das D für Dispose ergänzt und somit ergibt sich der Begriff iMacD.

Heidi Kiser

Und was bedeutet das konkret in der Praxis?

TJ

Erstmal, vielleicht einmal für die Zuhörer auf Deutsch übersetzt, haben wir Installation, Umzug, Erweiterung, Änderung und Außerbetriebnahme von Geräten und oder IT-Arbeitsplätzen. Das umfasst beispielsweise, wenn ein neuer Drucker angeliefert wird, dass er in Betrieb genommen wird. Wenn jetzt ein Anwender im Homeoffice einen Drucker hat, dann kümmern wir uns darum, dass der Drucker umzieht. Wir modernisieren immer weiter die Flotte, dass der Kunde immer auf dem neuesten Stand ist, je nach Rahmenbedingungen natürlich. Und das beinhaltet auch zum Beispiel dieses iMacD-Rahmenkonstrukt.

Lorena Rohde

Genau. Und TJ hat gerade erzählt, was er alles operativ macht. Für uns CSM ist das natürlich auch sehr, sehr wichtig. Weil wir so mit diesen Informationen auch beim Kunden dann sehen können, okay, welche Entwicklung findet beim Kunden statt, können wir da vielleicht was nachjustieren. Ich sage mal, wenn ein Kunde sehr, sehr häufig Maschinen bestellt oder umzieht, macht es vielleicht auch Sinn, ein eigenes Lager beim Kunden aufzumachen. Das haben wir bei einigen Großkunden auch, weil wir dann einfach schneller reagieren können, dann zum Beispiel durch den Haustechniker, schon wie im letzten Podcast erzählt, dann haben wir da wirklich jemanden vor Ort, der dann auch genau diese iMacDs auch umsetzen kann, damit wir einfach noch schneller in den Prozessen sind.

Heidi Kiser

Ihr habt schon sehr vielfältige und komplexe Anforderungen, die da jeden Tag auf euch hereinbrechen. Ein weiteres wichtiges Thema ist wahrscheinlich Reporting, würde ich sagen. Was gehört da zu euren Arbeitsaufgaben?

Lorena Rohde

Reporting, würde ich sagen, fällt so 80, 90 Prozent in meinen Bereich, in den Bereich von einem kleinen Service Manager. Die Grundlage für so ein gutes Reporting sind ja die Daten, die aus dem PCS-Team geliefert werden. Dadurch können wir, wie gesagt, dann auch nachvollziehen, wie viele Umzüge, Installationen etc. stattgefunden haben, damit wir das auch für den Kunden sauber reporten können, weil wir einfach auch wissen müssen, wie viele Umzüge haben stattgefunden, damit wir daraus auch Schlüsse ziehen können. Also ein Reporting ist noch viel, viel mehr, nicht nur iMacD, sondern wir heben alle Zahlen, Daten, Fakten einmal hervor. Zum Beispiel, welches Druckvolumen hat ein System? Das kann man wirklich auf jedes einzelne System runterbrechen. Genauso wie SLA, Service Level Agreement. Wie schnell war der Techniker wirklich vor Ort? Oder wie schnell hat TJs Team reagiert, dass wir so eine Störung beheben konnten? Weil genau das müssen wir auswerten. Das ist für den Kunden interessant, weil wir daraus auch wieder Schlüsse ziehen können. Wie häufig ist ein System fehleranfällig? Aber auch Themen wie Nachhaltigkeit, Papierverbrauch oder CO2-Ausstoß ist immer, immer wichtiger. Und dadurch können wir dann auch Maßnahmen umsetzen.

Heidi Kiser

Also relevant ist das Reporting für den Kunden auch deswegen, weil Reporting auch immer bedeutet, ich schaffe eine Grundlage für Optimierung.

Lorena Rohde

Genau. Also vielleicht einfach mal ein Beispiel. Wir haben zum Beispiel das Farbvolumen. Also Farbdruck ist ja immer etwas teurer als so ein Farbklick. Und wenn wir jetzt beim Kunden sehen, der Kunde hat einen sehr, sehr hohen Farbverbrauch, müssen wir natürlich analysieren, warum. Ist das jetzt zum Beispiel ein Marketingunternehmen, dann ist es klar, aber zum Beispiel eine Spedition, eine Logistikdienstleistung, warum müssen die tatsächlich so viel in Farbe drucken? Und da gehen wir dann hin und sagen, hey, wollt ihr vielleicht nicht die Standardeinstellungen in schwarz-weiß einstellen, damit ihr dann sparen könnt? Und genau das sind dann auch die Aufgaben von TJ, vom PCS-Team, dass wir dann genau an solchen Herausforderungen gemeinsam arbeiten und das umsetzen.

Heidi Kiser

Es sind lauter kleine Rädchen, die da ineinandergreifen.

TJ

Ja, das stimmt. Und ergänzend zu dem, was Lorena gesagt hat, zu dem ganzen Reporting, diese Transparenz, die hilft auch, die gesamte Flotte des Kunden vollumfänglich zu nutzen. Wenn man jetzt mal als Beispiel nimmt, man hat zwei Etagenkopierer, das ist ja so in der Kundenwelt eigentlich relativ üblich. Und in der ersten Etage sitzen 20 Leute und in der zweiten Etage nur noch fünf. Und die Drucker werden dann halt unterschiedlich genutzt. Und je nachdem, wie man sich das Reporting anguckt, kann man daraus dann Schlüsse ziehen, dass es Sinn machen würde, den Kopierer dann zu tauschen. Der untere geht nach oben und der andere geht dann unter und können dann gleichmäßig genutzt werden. So muss man dann keine neuen Geräte anschaffen, sondern, wie gesagt, kann man die Flotte dann vollumfänglich nutzen.

Lorena Rohde

Vielleicht dazu noch, dadurch sind die Drucker auch nicht mehr so fehleranfällig. Der Anwender wird abgeholt, auch vor allem unsere Ansprechpartner. Das ist dann vor allem der Mehrwert, den die Kunden haben, dadurch, dass wir ein CSM oder ein PCS-Team dahinter haben.

Heidi Kiser

Neben CSM und PCS haben wir ja noch ganz viele weitere Fachabteilungen. Mit wem arbeitet ihr denn sonst noch regelmäßig zusammen?

Lorena Rohde

Da würde ich ja gleich wieder TJs Lieblingsspruch sagen, Kommunikation ist der Schlüssel zum Erfolg. Wir arbeiten wirklich mit allen Fachabteilungen zusammen. Ob das der Dispatch ist, die Techniker Einsatzplanung machen, dass die Consultants sind, die mit uns uniFLOW gemeinsam installieren. Ob es der Field Service ist, der wirklich auch zum Kunden hinfährt. Es sind so viele Spezialisten zusammen. Also ich möchte niemals sagen, dass wir beide wirklich nur den Kunden betreuen, sondern wirklich ganz, ganz viele Fachabteilungen, Kolleginnen und Kollegen arbeiten gemeinsam daran.

Heidi Kiser

Das macht aber eure Arbeit auch spannend, oder?

TJ

Definitiv. Und vor allem, wenn man dann das Ergebnis sehen kann, dass der Kunde glücklich ist, dadurch, dass wir gut zusammenarbeiten, ist für alle, ja, ist ein Mehrwert für alle generiert worden. Also man hat auch immer, es gibt in der Canon Welt so ein cooles Schaubild, da sind zwei Hände mit einem Pflänzchen in der Mitte und das kann man immer ganz gut benutzen. Die eine Hand ist PCS, die andere CSM, fällt eine Hand weg, leidet der Kunde darunter. Also das kann man sich, glaube ich, ganz gut bildlich vorstellen, wie wichtig es ist, dass alle Beteiligten an einem Strang ziehen.

Heidi Kiser

Vielleicht zum Abschluss dann eine Frage, die sich ganz gut anschließen lässt. Warum ist für Kunden die Kombination aus CSM und PCS so entscheidend?

Lorena Rohde

Ich fange einfach mal an. Also ich würde sagen, tatsächlich die persönliche Betreuung, wie wir jetzt schon im Podcast mehrmals gesagt haben, proaktives Management auch und unsere langjährigen Erfahrungen. Wir betreuen einige MPS-Kunden schon einige Jahre über die Vertragslaufzeit, aber tatsächlich auch schon Jahrzehnte, dass die Kunden dann gesagt haben, okay, weil nun mal das CSM und PCS-Team mit dabei ist, haben die so gute Erfahrungen gemacht, dass wir zum Neuvertrag kommen konnten. Und deswegen würde ich sagen, das macht uns so besonders.

TJ

Ja, vor allem, wir können es immer noch wiederholen, die enge Zusammenarbeit und die Flexibilität, die sich auch dadurch ergibt in Zusammenarbeit mit dem Kunden. Und dass wir alle unsere Services als so eine Art Baukastenprinzip anbieten. Also man muss nicht die vollen Leistungen nehmen. Es gibt Kunden, die haben nur eine Postfachbetreuung bei uns, sodass die ein dediziertes Postfach haben, wo Kunden sich hinwenden können, ohne die normalen Canon Wege zu nutzen. Oder es gibt auch das vollumfängliche Kundenpaket, wo wir dann eigentlich so gut wie alles übernehmen, was das Druckgeschäft angeht. Der Service kann, wie gesagt, durch dieses Baukastenprinzip individuell auf jeden Kunden angepasst werden. Von daher sind wir dadurch auch sehr gut aufgestellt.

Heidi Kiser

Vielen Dank für den spannenden Einblick. Das ist auch für mich persönlich immer ganz spannend, wenn ich dann sehe, mit was die Kollegen eigentlich tagtäglich auch zu tun haben und wie vielfältig eigentlich auch die Aufgabengebiete so sind. Bevor ich euch jetzt verabschiede, kommen wir noch zu unserem traditionellen Fragenhagel. Das heißt, ich nenne euch jeweils zwei Begriffe und ihr entscheidet euch möglichst spontan und aus dem Bauch heraus für den Begriff, der am besten zu euch passt. Seid ihr bereit?

Lorena Rohde

Ja, gerne.

Heidi Kiser

Gut, dann legen wir los. Kaffee oder Tee?

Lorena Rohde / TJ

Kaffee.

Tee. Buch oder Podcast?

Lorena Rohde / TJ

Podcast.

Frühaufsteher oder Langschläfer?

Lorena Rohde / TJ

Langschläfer. Ich auch.

Struktur oder Kreativität?

TJ

Struktur.

Lorena Rohde

Nee, dann Kreativität eher.

Heidi Kiser

Detailblick oder das große Ganze?

Lorena Rohde / TJ

Ach, das große Ganze. Ich glaube, das passt in unserem Job. Würde ich auch sagen.

Heidi Kiser

Datenanalyse oder Bauchgefühl?

Lorena Rohde

Datenanalyse.

TJ

Definitiv.

Heidi Kiser

Teams-Meeting oder persönlicher Austausch?

TJ

Da muss ich sagen, eine Mischung aus beidem.

Lorena Rohde

Ja, das stimmt, aber eher persönlicher Austausch.

TJ

Ich hoffe, wir müssen.

Heidi Kiser

Multitasking oder Fokuszeit? Multi.

TJ

Multitasking.

Heidi Kiser

Ja, dann sind wir schon wieder am Ende unseres Fragenhagels. Vielen Dank. Vielen Dank euch beiden nochmal für das kurzweilige und spannende Gespräch und die Einblicke in eure Arbeit.

Lorena Rohde

Danke. Danke für die Einladung. Ja.

Heidi Kiser

Und vielen Dank an unsere Zuhörerinnen und Zuhörer. Wir hoffen, wir konnten Ihnen einen guten Einblick in die Zusammenarbeit zwischen Client Service Management und Professional

Client Services geben. Bis zur nächsten Folge. Machen Sie es gut und auf Wiederhören.
Tschüss.

TJ

Tschüss.

Intro

Das war Canon OnAIR. Let's Talk.. Weitere Informationen finden Sie auch immer in den Shownotes oder unter [Canon.de/business](https://www.canon.de/business). Freuen Sie sich schon jetzt auf die neuen Folgen von Canon OnAIR. Let's Talk.. Bis zum nächsten Mal.