

## Transformation der Produktivität im Außendienst

Die Notwendigkeit eines  
intelligenten Content  
Managements





## Inhalt

|                                                                                     |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Warum ist der Außendienst problembehaftet? .....                                    | 3  |
| Schwierigkeiten beim Zugriff auf präzise Informationen im Außendienst.....          | 4  |
| Transformation des Außendienstes durch verbesserten Zugriff auf Informationen ..... | 7  |
| Grundlagen des Content-Managements für den Außendienst .....                        | 8  |
| Wichtige Funktionen für das Content Management.....                                 | 9  |
| Bereitstellung einer einheitlichen Wissensquelle für den Außendienst .....          | 10 |
| Der nächste Schritt.....                                                            | 11 |



## Warum ist der Außendienst problembehaftet?

Wie oft haben Ihre Außendiensttechniker:innen während ihrer täglichen Besuche für geplante Wartungsarbeiten oder Kundenanfragen suboptimale Erlebnisse?

Sind Ihnen diese beispielhaften Szenarien nur allzu gut vertraut?



### Hilfe!

Sie müssen um Hilfe bitten – und wenn diese nicht verfügbar ist, erkennen sie entweder das Problem nicht oder können es nicht beheben.



### Langsame Arbeit

Es dauert zu lange, bis sie herausfinden, wie sie den Auftrag abschließen können.



### Beschädigung

Sie beschädigen die Geräte des Kunden aufgrund eines Fehlers.



### Verletzung

Sie verletzen sich aufgrund eines Fehlers.



### Falsches Teil

Das falsche Teil wurde zu einem erneuten Besuch mitgebracht, obwohl das Problem beim vorherigen Besuch richtig identifiziert wurde.

Diese Probleme können auf verschiedene Gründe zurückzuführen sein. Vielleicht sind die Techniker:innen im falschen Moment müde oder abgelenkt. Vielleicht ist ihnen diese Arbeit oder das Produkt, an dem sie arbeiten, neu – und es stellt sich heraus, dass sie nicht ausreichend geschult wurden. Eventuell wurde auch bei der Auswahl des Teils aus dem Lager ein Fehler begangen.

Es ist erstaunlich, wie oft diesen Problemen ein Mangel an verlässlichen Informationen am Einsatzort zugrunde liegt.



## Schwierigkeiten beim Zugriff auf präzise Informationen im Außendienst

Oft fehlen Techniker:innen, die Hilfe bei der Arbeit benötigen, zu lange brauchen, Fehler machen oder das falsche Teil mitbringen, einfach nur die richtigen Informationen.

Dafür gibt es verschiedene Gründe.

1

### Sind die Informationen für mich verfügbar?

Vielleicht sind die Kataloge, Handbücher, Leitfäden und Schulungsmaterialien, auf die sie angewiesen sind, online hinterlegt und die Techniker:innen können durch eine fehlende Internetverbindung vor Ort nicht darauf zugreifen. Oder sie *können* zwar darauf zugreifen, aber das verfügbare Dokumentformat kann von dem verwendeten Gerät nicht gelesen oder verarbeitet werden.

Wenn sie mit gedruckter Dokumentation arbeiten, werden möglicherweise die falschen Dokumente mitgebracht oder Dokumente versehentlich zurückgelassen. Vielleicht sind auch die benötigten Seiten beschädigt und unleserlich oder fehlen.



## 2

### Warum kann ich sie nicht finden?

Vielleicht haben Ihre Techniker:innen Zugriff auf die benötigten Dokumente und Dateien – digital oder gedruckt –, aber die Navigation zu den relevanten Informationen ist im besten Fall zeitaufwendig, während die Suchfunktion entweder nicht vorhanden oder unzureichend ist.

Bei digitalen Informationen kann das Problem noch verschlimmert werden, wenn Ihre Techniker:innen verschiedene Versionen der gesuchten Informationen entdecken und nicht wissen, welche am aktuellsten sind.



Was gefällt Ihnen an Ihrem Arbeitsalltag am wenigsten?  
Antworten von Außendiensttechniker:innen:

~40 %

Schreibarbeit und  
Verwaltungsaufgaben

~30 %

Druck, schneller  
oder produktiver  
zu arbeiten

~25 %

Zeitaufwand für  
die Suche nach  
Informationen

~20 %

Anfahrtswege

Quelle: Service Council, Service  
Leader's Agenda Research 2020  
(zugehörige Umfrage: „Voice of FSE“)



### 3

#### Kann ich ihnen vertrauen?

Damit kommen wir zur Zuverlässigkeit von Inhalten. Gedruckte Dokumente auf dem neuesten Stand zu halten, ist bekanntermaßen zeitaufwendig und teuer. Digitale Dokumente aktuell zu halten, ist in der Theorie einfacher. Tatsächlich haben Außendiensttechniker:innen aber Schwierigkeiten damit, Hunderte oder sogar Tausende von ähnlichen PDF-Dateien zu verwalten, unter denen Aktualisierungen oder Versionskontrollen nicht zuverlässig erkennbar sind. Oder sie arbeiten mit unhandlichen Universaldokumenten, mit denen es noch komplizierter wird, die richtigen Informationen zu finden.

In beiden Fällen werden Techniker:innen mit Produktinformationen und -diagrammen konfrontiert, die nicht mit dem Produkt vor Ort übereinstimmen. Oder sie stellen – in der Regel zu spät – fest, dass sie mit ungenauen Daten oder Anweisungen gearbeitet haben.



## Transformation des Außendienstes durch verbesserten Zugriff auf Informationen

Die auf den vorherigen Seiten angesprochenen Probleme – Verfügbarkeit, Auffindbarkeit und Richtigkeit von Informationen – stehen in einem offensichtlichen Zusammenhang mit der Geschwindigkeit und Qualität Ihres Außendienstes und damit auch mit den durchschnittlichen Reparaturzeiten (MTTR), der Rate der beim Erstkontakt abgeschlossenen Reparaturen (FTFR) und anderen Kennzahlen, die die Kundenzufriedenheit beeinflussen.

Wenn Außendiensttechniker:innen nur mit übermäßigem Aufwand an die benötigten Informationen gelangen können, ist es kein Wunder, dass sie um Hilfe bitten müssen oder länger brauchen, um Arbeiten abzuschließen. Und wenn die gefunden Informationen ungenau sind, sind Fehler nahezu unvermeidlich.

77 %

**der Außendienstunternehmen investieren in Technologien, die auf unterstützende Informationen ausgerichtet sind<sup>1</sup>**

<sup>1</sup> Service Council, Service Leader's Agenda Research 2020

### Die Chance

Wenn Sie es den Techniker:innen *erleichtern*, auf die benötigten Informationen zuzugreifen, und das Risiko von Ungenauigkeiten *minimieren*, können Sie die Produktivität im Außendienst und die Kundenzufriedenheit verbessern. Tatsächlich eröffnen sich durch das richtige Content Management eine Reihe von Möglichkeiten zur Transformation des Außendienstes. Reibungslosere Arbeitserlebnisse im Alltag sind hier nur der Anfang. Zu den neuen Möglichkeiten gehören:

- Verbesserung des Lernens während der Arbeit durch den Zugriff auf Schulungsmaterialien
- Weitere Optionen durch AR/VR (Augmented/Virtual Reality)-Anwendungen, die Diagramme und Anleitungen anschaulicher gestalten
- Nutzung von Analysen und Feedback aus dem Außendienst zur kontinuierlichen Verbesserung der Außendienstinhalte
- Einfachere Übersetzung und Lokalisierung von Inhalten für einen effektiveren globalen Außendienst
- Integration von Außendienstinhalten in das Außendienstmanagement (Field Service Management, FSM) oder andere Systeme für reibungslosere End-to-End-Prozesse
- Bereitstellung einer Informationsgrundlage für zustandsbasierte Wartung
- Einfache Bereitstellung von Informationen für Kunden in Selfservice-Szenarien

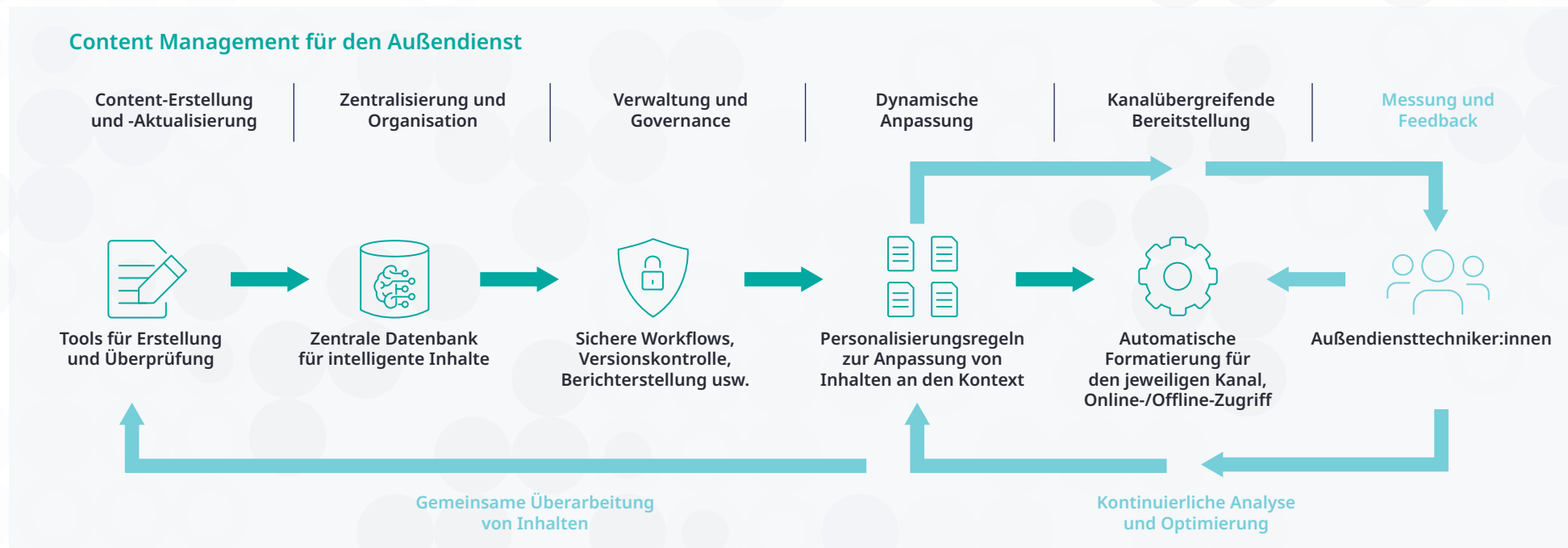
## Grundlagen des Content-Managements für den Außendienst

Probleme bei der Verfügbarkeit, Auffindbarkeit und Richtigkeit von Informationen entstehen letztendlich durch die Art und Weise, wie Sie Inhalte erstellen, speichern, verwalten und bereitstellen. Daher liegt die Lösung darin, das Content Management für Ihren Außendienst zu transformieren.

Gedruckte Dokumente oder statische, unflexible PDF-Dateien reichen einfach nicht aus. Das Gleiche gilt für „Ad hoc“-Prozesse mit einem Sammelsurium unzusammenhängender Dokumentationssysteme.

Was wäre also der richtige Ansatz für das Content Management? Wie stellen Sie Techniker:innen zuverlässig die benötigten Inhalte im richtigen Format zur Verfügung, ganz gleich, ob diese online oder offline verfügbar sind? Wie schaffen Sie die richtige Grundlage für erweiterte Funktionen wie AR/VR, zustandsbasierte Wartung und einen effektiven Selfservice?

Ein guter Ausgangspunkt ist die Nutzung einer geeigneten Content Management-Plattform mit wichtigen Funktionen für jeden Schritt des Content-Prozesses – von der Erstellung über die Bereitstellung bis hin zur fortlaufenden Verwaltung und Verbesserung.





## Wichtige Funktionen für das Content Management

Eine Content Management-Plattform, die für die Transformation des Außendienstes geeignet ist, sollte Ihrem Unternehmen Folgendes ermöglichen:



**Effektive Zusammenarbeit**, um Inhalte zu erstellen und zu überprüfen, Feedback zu erhalten und sie während der gesamten Nutzungsdauer zu aktualisieren. So erhalten Sie zweckmäßigere und für den jeweiligen Bereich passendere Informationen.



**Zentralisierung der Inhalte in einer Datenbank**, um die Auffindbarkeit für Außendiensttechniker:innen (und die Governance für Content Manager:innen) zu vereinfachen.



**Umwandlung herkömmlicher Dokumente in intelligente Inhalte** – das bedeutet, dass sie über bestimmte Eigenschaften verfügen, die es viel einfacher machen, die benötigten Informationen im richtigen Format, auf Abruf und ohne Duplizierung am richtigen Ort bereitzustellen.



**Effizientes und sicheres Arbeiten mit Inhalten** – von der Einhaltung gesetzlicher Vorschriften bis hin zur Versionskontrolle (einschließlich Übersetzungen). Techniker:innen können sich darauf verlassen, dass die Inhalte aktuell und präzise sind.



**Automatische Bereitstellung von Inhalten, passend zum Kontext** und zu den Bedürfnissen der Techniker:innen, um das Risiko von Fehlern vor Ort zu minimieren.



**Automatische Bereitstellung von Inhalten in einem passenden Format** für den Kanal und das Gerät, über die der Zugriff stattfindet – sowohl offline als auch online.



**Messung der Effektivität von Inhalten im Außendienst**, damit Sie auf diese Informationen reagieren und kontinuierliche Verbesserungen durchführen können.

### Intelligente Inhalte:

- werden als wiederverwendbare Komponenten erstellt und gespeichert
- sind strukturiert und mit Metadaten angereichert
- sind formatfrei

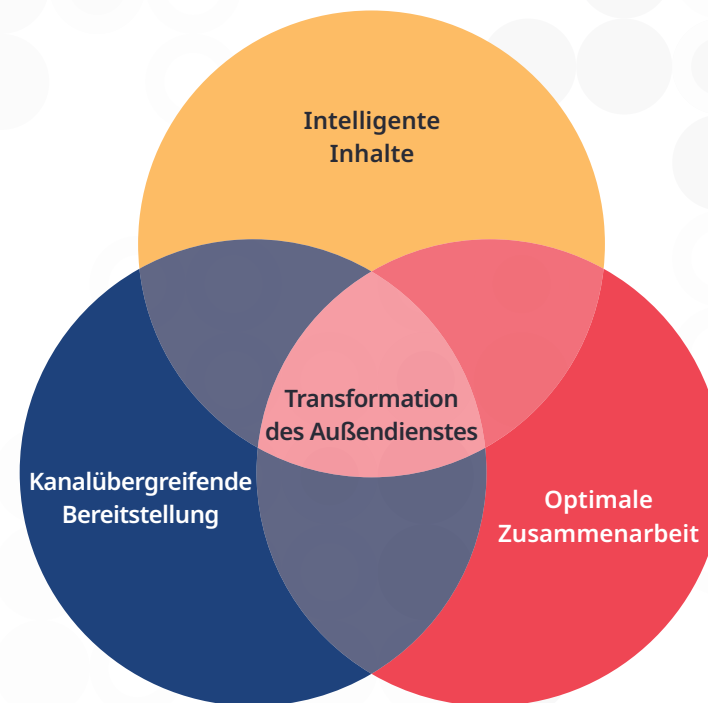
Erfahren Sie, wie dadurch die Auffindbarkeit und Genauigkeit von Informationen, die kanalübergreifende Bereitstellung sowie erweiterte Ansätze im Außendienst, z. B. die zustandsbasierte Wartung, unterstützt werden. Lesen Sie unser Whitepaper: [Verbesserung der Produktivität im Außendienst durch intelligente Inhalte](#)

## Bereitstellung einer einheitlichen Wissensquelle für den Außendienst

Die Transformation des Außendienstes wird ohne die passende Content-Plattform keinen Erfolg haben. Daher benötigen Sie ein Modell, das den Techniker:innen vor Ort über intelligente Inhalte alle nötigen Informationen bereitstellt und zudem integrierte Best Practice-Workflows für die Verwaltung, Governance, Messung und Verbesserung von Inhalten bietet.

Eine Plattform mit diesen Funktionen bietet Ihnen eine einheitliche Wissensquelle für den Außendienst, die nicht nur Techniker:innen zugänglich gemacht werden kann, sondern auch Selfservice-Kunden, dem FSM und anderen Geschäftssystemen, KI-gestützten Anwendungen, AR/VR-Lösungen und mehr. Deshalb ist sie die ideale Grundlage für alle hier genannten Möglichkeiten zur Transformation des Außendienstes.

Die Transformation des Außendienstes erfordert eine einheitliche Wissensquelle





## Der nächste Schritt

Wenn Sie die Möglichkeiten des intelligenten Content Managements für Ihren Außendienst erkunden möchten, wenden Sie sich an uns. Tridion Docs von RWS ist ein **anerkanntes marktführendes Tool für diesen Bereich**. So können Sie mit Zuversicht Ihren nächsten Schritt in Richtung Transformation des Außendienstes gehen.



Weitere Informationen finden Sie unter [rws.com/tridion/field-services](https://rws.com/tridion/field-services)

### Über RWS

RWS Holdings plc ist ein einzigartiger, weltweit führender Anbieter von technologiegestützten Sprach-, Content- und schutzrechtlichen Dienstleistungen. Durch die Transformation von Inhalten und die mehrsprachige Datenanalyse – dank unserer einzigartigen Kombination aus Technologie und kulturellem Fachwissen – helfen wir unseren Kunden, ihre Reichweite auszudehnen und überall und in jeder Sprache verstanden zu werden.

Wir wollen die weltweite Verständigung ermöglichen. Dazu kombinieren wir ein tiefgreifendes Verständnis lokaler, kultureller Gegebenheiten, unsere Kenntnis der Kundenanforderungen und unser technisches Know-how. So helfen wir unseren Auftraggebern, mit unseren Dienstleistungen und Technologien Kunden zu gewinnen und zu binden, ansprechende Nutzererlebnisse zu schaffen, behördliche Auflagen einzuhalten und praktisch verwertbare Erkenntnisse aus ihren Daten und Inhalten zu gewinnen.

Zu unseren Kunden zählen 90 der Top 100 unter den internationalen Marken, die 20 führenden Pharmaunternehmen und 19 der 20 führenden Patentanmelder. Unser Kundenstamm erstreckt sich über Europa, den asiatisch-pazifischen Raum sowie Nord- und Südamerika. Wir arbeiten in den Bereichen Automobilindustrie, Chemie, Finanzdienstleistungen, Recht, Medizin, Pharmazie, Technologie und Telekommunikation und bedienen unsere Kunden über mehr als 80 Niederlassungen auf fünf Kontinenten.

RWS, gegründet 1958, mit Hauptsitz in Großbritannien ist am AIM, dem selbstregulierten Markt der Londoner Börse, notiert (RWS.L). Weitere Informationen erhalten Sie unter: [www.rws.com/de](https://www.rws.com/de)

© 2022 Alle Rechte vorbehalten. Die hierin enthaltenen Informationen sind vertraulich und geschützte Informationen der RWS Group\*.

\* RWS Group bezeichnet RWS Holdings PLC im Auftrag und im Namen ihrer verbundenen Unternehmen und Tochtergesellschaften.