



7. September 2020

VERBANDSORGANISATION STARTET DIGITALE LÖSUNG FÜR SERVICE- UND WARTUNGSANFRAGEN

Exklusiv für Innungsbetriebe – Registrierte Betriebe erhalten bundesweit online gestellte Verbraucheranfragen – Neben Wartung bald auch andere Abfragestrecken integriert

Der Zentralverband Sanitär Heizung Klima (ZVSHK) und seine 17 Landes- und Fachverbände haben das gemeinsam entwickelte SHK-Service- und Wartungstool für Endverbraucher scharf geschaltet. Die herstellerneutrale und unabhängige Produktlösung zur Anfragen- und Auftragsgenerierung über das Internet steht ab sofort für die Onlinenutzung bereit. Nach einem Jahr technischer Entwicklung und interner Bewerbung wird die verbandsintern erarbeitete digitale Lösung für eine zentrale Erfassung von Service- und Wartungsanfragen in einem ersten Schritt in die Verbraucher-Webseite des ZVSHK www.wasserwaermeluft.de/heizungswartung eingebunden.

„Wir starten unser neues Projekt mit rund 1.800 registrierten Fachbetrieben. Nach einer kurzen Etablierungsphase, in der ausschließlich Wartungsanfragen erfasst werden, werden wir auch andere Leistungen wie die Badsanierung oder Heizungsmodernisierung digital vermitteln können“, erläutert Helmut Bramann, Hauptgeschäftsführer des ZVSHK. Registrierte Betriebe erhalten qualifizierte Kundenanfragen auf direktem Weg per Email. Das Exklusiv-Angebot der Verbandsorganisation ist für die Innungsbetriebe kostenlos.

Die Verbraucher-Webseite des ZVSHK bietet mit über einer Millionen Besucher pro Jahr die Grundlage für die bundesweite Kundenansprache. „Wir haben das Tool aber so programmieren lassen, dass es jeder unserer Landesverbände, jede Innung und sogar jeder registrierte Betrieb problemlos in die eigenen Internetpräsenzen einbauen kann“, erläutert Helmut Bramann. Bis zum Jahresende wird die Verbandsorganisation intern noch einmal kräftig die Werbetrommel schlagen, um die Anzahl der registrierten Betriebe weiter zu steigern.

In zehn übersichtlichen Schritten kann der potentielle Kunde seine Anfrage online spezifizieren. Der teilnehmende Innungsbetrieb erhält somit eine qualifizierte, digitale Anfrage und kann diese reibungslos in seinen betrieblichen Prozess integrieren.

„Alles spricht von Digitalisierung. Wir haben als Organisation entschlossen gehandelt und einen großen Schritt in Richtung digitale Auftragsgewinnung und Auftragsicherung gemacht“, urteilt Michael Hilpert, der Präsident des ZVSHK zum Onlinegang des Service- und Wartungs-Tools. „Unsere Kunden sind es gewohnt, Leistungen im Internet zu bestellen oder anzufragen. Heute ist es vollkommen normal, seinen Urlaub im Internet zu buchen, ähnlich verhält es sich bei Lieferservices. Auch Leistungen im SHK Umfeld werden immer häufiger online angefragt.“

Die Verbandsorganisation bietet Markt und Branche jetzt eine neutrale und reichweitenstarke Lösung für die Erfassung und Verwaltung von Kundenanfragen. „Mit der Freischaltung für Endkunden ist ein erster Meilenstein erreicht. Wir werden in der Arbeit aber nicht nachlassen und für die Innungsbetriebe der Organisation an der kontinuierlichen Verbesserung und dem Ausbau der Serviceleistungen arbeiten“, verspricht Michael Hilpert.



Drei Fragen an Michael Hilpert, Präsident des ZVSHK, zum Start des Service- und Wartungstools

Frage: Warum steigt der ZVSHK jetzt gemeinsam mit seinen Fach- und Landesverbänden in die digitale Auftragsgenerierung ein?

Michael Hilpert: Das hat im Wesentlichen zwei Gründe. Zum einen wollen wir das Geschäft für Heizungswartung, eine klassische Aufgabe für unser Handwerk, für die Innungsbetriebe beleben und Kundenbindungen damit festigen. Das war ein ausdrücklicher Wunsch der Mitgliedschaft, die in letzter Zeit sehr besorgt beobachtet hat, wie gerade das Wartungsgeschäft Begehrlichkeiten von dritter Seite weckte. Zum anderen wollen wir es mit dem von uns entwickelten digitalen Instrument nicht allein bei der Onlineerfassung von Wartungsanfragen belassen. Unser Service- und Wartungstool ist so programmiert, dass wir in kürzester Zeit auch weitere Abfragestrecken, etwa zur Heizungsmodernisierung oder zur Badsanierung frei schalten können. Letztlich dient das dem Schutz der Innungsbetriebe vor der zunehmenden Marktmacht von diversen Portalanbietern.

Frage: Das Service- und Wartungstool kann nur von registrierten Betrieben genutzt werden. Warum steht es nicht von Anfang an allen Innungsbetrieben zur Verfügung?

Michael Hilpert: Unser Angebot ist exklusiv für Innungsbetriebe gedacht. Es ist in seiner Grundfunktion, der Weiterleitung von Kundenanfragen, kostenlos. Aber es basiert selbstverständlich auf einer freiwilligen Teilnahme jedes Unternehmers und Betriebsinhabers. Der Registrierungsvorgang ist schnell erledigt, aber es ist dabei schon erforderlich, einige relevante Angaben zum eigenen Leistungsspektrum zu machen. Etwa beim Thema Heizung die Nennung jener Hersteller, die vom Betrieb vorzugsweise gewartet werden.

Frage: Mit wie vielen registrierten Betrieben geht jetzt die Verbandsorganisation an den Start? Und wie und wo findet der umworbene Endkunde das Angebot im Netz?

Michael Hilpert: Bis jetzt haben sich rund 1.800 Betriebe registriert. Die bundesweite Abdeckung erlaubt uns daher jetzt die Freischaltung für Endkunden. Intern bewerben wir unser Angebot weiter sehr intensiv; und wir sind sicher, dass wir noch etliche weitere Betriebe für eine Teilnahme begeistern können. Gerade nach einem erfolgreichen Start. Dafür integrieren wir das Tool auf unserer Verbraucher-Webseite wasserwaermeluft.de. Diese hat pro Jahr schon heute über eine Millionen Zugriffe. Tendenz weiter steigend. Die stark frequentierte Handwerkersuche konnte bisher bei Anfragen nur die Kontaktdaten von Innungsbetrieben ausweisen. Jetzt wird es für die Nutzer ab sofort möglich sein, dem ausgewählten Betrieb eine qualifizierte Anfrage online zu schicken. Unser Tool ist aber nicht nur auf wasserwaermeluft.de zu finden. Jeder Fach- und Landesverband, jede Innung, selbst jeder Betrieb kann es mit ganz wenig technischem Aufwand in die eigenen Webseiten einbinden. Damit werfen wir online schon ein sehr großes Netz aus, um Kunden auf uns aufmerksam zu machen und sogenannte qualitative Leads zu gewinnen.