

TECHNICAL TALKS

Wir müssen reden

05.05.2022 , 4 Min. Lesedauer

In Zeiten reihenweise abgesagter Messen und der weiterhin andauernden Coronakrise haben sich die KHS Technical Talks als wirkungsvolles und zukunftsweisendes Tool für den direkten Kundendialog etabliert. Armin Wille, Head of Service Sales, gibt Einblicke und spricht über die Pläne, die KHS mit dem Format noch hat.

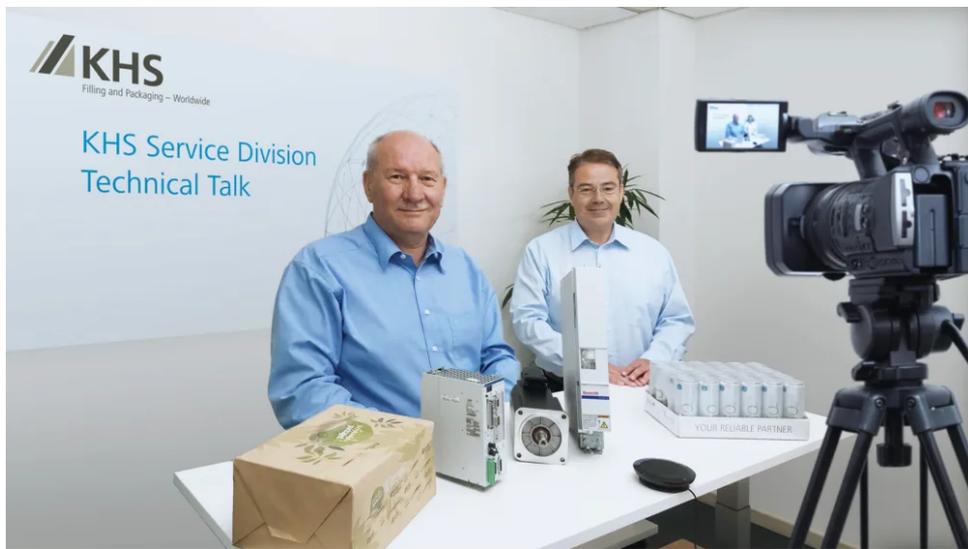
FOTOGRAFIE / ILLUSTRATION

Frank Reinhold, KHS GmbH, Shutterstock/ LVNL

Als Anfang 2020 die Coronapandemie mit Kontakt- und Reisebeschränkungen über die Welt hereinbricht, werden Unternehmen und deren Mitarbeiter kreativ, um mit Kollegen, Kunden und Lieferanten in Kontakt zu bleiben. Dank moderner

Kollaborations- und Kommunikationsprogramme treten Homeoffice und virtuelle Konferenzen an die Stelle von aufwändigen Geschäftsreisen und schlecht belüfteten Besprechungsräumen. Neue digitale Formate ermöglichen es, über Telefon und E-Mail hinaus regelmäßig in Kontakt zu bleiben, Informationen und Wissen zu vermitteln und sich auszutauschen.

Sehr schnell setzt KHS auf ein solches Format und entwickelt die „Technical Talks“, die auf digitalem Weg einem realen Kundengespräch möglichst nahekommen. Aus den ersten Veranstaltungen, die Kunden über Themen wie Bauteilabkündigung von Steuerungskomponenten und neue Serviceprodukte für KHS-Kisters-Verpackungsmaschinen informieren, entwickelt sich die Idee stetig weiter. Es entstehen Webinare in Form von Live-Events, bei denen eine TV-Kamera den Platz der Teilnehmer einnimmt. In 60-minütigen Sessions präsentieren KHS-Experten Produkte und Umbauten mit Fokus auf jeweilige Highlights sowie deren Nutzen. In mehreren Feedbackrunden sucht man den intensiven Austausch mit den Kunden, um spezifische Bedürfnisse abzuklären und im Gespräch beziehungsweise im Chat auftretende Fragen direkt zu beantworten. „Längst sind die virtuellen Events keine auf die Pandemie beschränkte ‚Notfallmaßnahme‘ mehr“, sagt Armin Wille, Head of Service Sales bei KHS. „Vielmehr bilden sie eine eigenständige Plattform, die durchaus auch Optionen offenhält, über den Service unseren Kunden hinaus attraktive Themen anzubieten. Wo wir dies etablieren werden, schauen wir uns genau an.“



Vor der Kamera: Armin Wille (rechts) und sein Kollege Werner Ageling aus Kleve sprechen im hauseigenen Studio über Verpackungsalternativen.

Informieren Sie sich hier über künftige und zurückliegende KHS Technical Talks.

JETZT INFORMIEREN

Hohe Relevanz

Einen Schwerpunkt bildet aktuell zum Beispiel die Thematik „Umweltfreundliche Verpackungen“. Dabei geht es etwa um Möglichkeiten zur Reduzierung des CO₂-Ausstoßes oder um Umbauten, die für die Umsetzung der Einweg-Kunststoffrichtlinie der EU erforderlich sind. Themen, die den Kunden selbst unter den Nägeln brennen, werden in die Veranstaltung integriert, um sicherzustellen, dass sich ein echter Dialog entwickeln kann. Dazu zählen beispielsweise Bauteilabkündigungen über das gesamte KHS-Portfolio hinweg, deren technische Lösungen möglichst direkt gemeinsam besprochen werden.

»Angesichts des regen
Interesses unserer Kunden
werden wir das Programm
der Technical Talks
sukzessive ausbauen.«

Armin Wille

Head of Service Sales, KHS Dortmund

Das Veranstaltungskonzept ist von vornherein global ausgelegt, wobei die einzelnen Termine aufgrund der Zeitverschiebung regional stattfinden. „Wir sind zur richtigen Zeit bei unseren Kunden am Schreibtisch – das ist überhaupt kein Problem“, erklärt Wille. So fanden bereits Talks mit PepsiCo in Asien, für San Miguel auf den Philippinen, mit Heineken in Nigeria oder in Brasilien für das gesamte südamerikanische Coca-Cola-Netzwerk statt.



↑
Franz Beissel, Managing Director von KHS Brasilien, hat mit seinem Team die Technical Talks auch in Südamerika schnell und professionell etabliert.

Austausch in Südamerika

Schwieriger sei es, die Sprachbarriere zu überwinden, hat er festgestellt. „Man geht immer davon aus, dass die Welt Englisch spricht, aber reicht das überall, um flüssig zu kommunizieren und komplexere Sachverhalte zu klären?“ Diese Frage hat KHS in Brasilien für sich selbst beantwortet: Hier hat man die Idee aus der Zentrale aufgegriffen, in Eigenregie umgesetzt und in sein umfassendes Portfolio digitaler Angebote integriert. Das größte Flächenland Südamerikas ist traditionell deutlich digitaler aufgestellt als viele andere Regionen der Welt, und für die KHS-Werke vor Ort sind Online-Schulungen oder sogar Online-Linienoptimierungen längst eine Selbstverständlichkeit. „Dank der guten Vorarbeit durch die Kollegen im Headquarter in Dortmund konnten wir die Technical Talks in Südamerika schnell

und professionell etablieren“, freut sich Franz Beissel, Managing Director von KHS Brasilien. „Unsere Kunden erwarten von uns, dass wir auch in schwierigen Zeiten in ihrer Muttersprache „persönlich“ mit ihnen den Austausch pflegen und aktuelle Themen direkt besprechen. Insofern sind die digitalen Kundenmeetings eine willkommene Plattform, um in Kontakt zu bleiben.“

„Das Team in Brasilien macht das exzellent und hat hinsichtlich des Niveaus wirklich ein Ausrufezeichen gesetzt“, gibt Wille das Kompliment zurück. „Das hat uns darin bestärkt, Kollegen in weiteren Regionen zu schulen, damit sie die Technical Talks selbst in ihrer jeweiligen Landessprache durchführen können. Unsere Unterstützung aus der Zentrale legt den Fokus hier vor allem auf Planung und Koordination. Zudem vermitteln wir den lokalen Mitarbeitern in unterschiedlichen Trainings das Know-how, das ihnen eventuelle Hemmnisse vor der Kamera nimmt – angesichts des großen Publikums ist ein wenig Lampenfieber ja ganz normal.“

Erfolgsgeschichte

Besonders stolz ist Wille auf das durchweg positive Feedback. Es zeigt ihm, dass das Format hinsichtlich Dauer und Qualität gut ankommt. Viele wollen vor allem wissen, wo und wann sie sich für die nächsten Veranstaltungen anmelden können. „Alle sind sich einig, dass der Austausch mit ausgewiesenen Experten in Echtzeit von großem Nutzen ist – sowohl für unsere Kunden als auch für KHS.“

Seit dem Start vor rund zwei Jahren haben über 40 Technical Talks stattgefunden. „Angesichts des regen Interesses werden wir das Programm jetzt sukzessive ausbauen.“

Ebenso fest eingeplant: die Reichweite durch eine gezielte Kampagne in den Online- und Social-Media-Kanälen zusätzlich zu erhöhen. Der Teilnehmerkreis ist dabei völlig offen – im Fokus steht nicht die Abgrenzung, sondern eine reichweitenstarke Plattform, um sich in digitaler Form zu präsentieren und auszutauschen.

Noch Fragen?

Armin Wille

Head of Service Sales, KHS Dortmund

+49 231 569 10284

armin.wille@khs.com