

Wer sich einen **HP- Drucker** zulegt, hat sicherlich eine gute Wahl getroffen, was dessen Qualität betrifft.

Für den HP- Produkt- Support, der ja als Bestandteil der zu erbringenden Leistung (sprich Investition; wenn auch vergleichsweise geringfügig) zu betrachten ist, sollte das Folgende als Anregung im Sinne förderlicher Kritik verstanden werden.

Was war passiert?

Der Drucker „HP- OfficeJet xxxxx“ wurde als Bestandteil eines hochwertigen chemischen Analyse- Systems von einer ostdeutschen Universität erworben.

Dessen komplette Installation und Inbetriebnahme war mein Job.

Da sich der Drucker nicht in Betrieb nehmen ließ, wurde er durch mein telefonisches Hilfversuchen an den HP- Produkt- Support noch am Installationstag als defekt erkannt. Ein neuwertiger Ersatz („refurbishtes Gerät“) wurde durch HP zugesichert.

So weit so gut. Was weiter geschieht, ist ganz einfach:

Bis zum Drucker- Austausch hat es 8 Telefonate über 0180er Nummern gebraucht.

Ich werde mit vertrauenswürdigem kundenorientierten Bandansagen über eine **innovative Tastennavigation** stets an andere Support- Mitarbeiter oder Fachabteilungen des HP- Supports (oder wen auch immer) weitergereicht.

Interessant, auf diese Weise mit dem Unternehmen vertraut zu werden oder zumindest den Großteil der dort Beschäftigten kennen zu lernen.

Ich erlebe das Wir- Gefühl in der Notsituation!

Auf die professionelle Frageformel der freundlichen Operatoren, was man für mich tun könne, antworte ich stets mit Schilderung des Falles, Benennung von Drucker- Seriennummer und Kunden- Anschrift.

Trotz Ärger und Zeitnot infolge Druckerausfalls, bekomme ich hier Gelegenheit, relaxt zu bleiben und langsam zu reden, damit meine gebrochen deutsch sprechenden Kundenbetreuer den Sachverhalt auch verstehen können.

Psychologische Deeskalation als Kunden- Zuwendungs- Strategie?

Keine schlechte Idee; das kannte ich noch nicht.

Im Zuge dieser Anrufe kommt es schließlich zu einer Ferndiagnose durch einen erfahrenen Supporttechniker, der schließlich den Defekt des Produkts feststellt, nachdem ich unter seiner telefonischen Regie ausgiebig an den Kontaktschaltern des Druckergehäuses herumgefingert hatte.

Bei einem der folgenden Anrufe werde ich freundlicherweise zu einer zweiten Ferndiagnose gebeten, die ich jedoch in kooperativer Absicht ablehne. Eine doppelte Fehlersuche ist wohl nicht der Bringer. Dafür bekomme ich eine Vorgangsnummer, und das ist schon ein fairer deal.

All das noch immer in der festen Hoffnung, den Druckeraustausch nun endlich in Griff bekommen zu haben.

Als ich mich (noch am selben Tag) bereits auf der Autobahn zum nächsten Kunden befinde, ruft HP an und will erneut die Kunden- Anschrift wissen. Ich erwidere, dass ich die Kundenanschrift schon ca. dreimal durchgegeben habe.

“...Nein, ... die haben sie nicht gegeben Herr Fischer..“ ist der rationale Kern der dezidierten Antwort. Ich widerspreche dieser These tapfer mit dem Argument, auf die Angabe der Kundenadresse ja auch die Kunden- Nummer bekommen zu haben, überzeuge den Fuzzi aber in keinsten Weise.

Dafür bin ich mir sicher, dass der support- agent das Seminar „Rhetorische Kunden-Überzeugung“ mit Auszeichnung bestanden hat.

Da ich die Kundendaten nicht vollständig im Kopf habe, vereinbare ich mit ihm daraufhin einen weiteren Telefonkontakt am Folgetag, um das missliche Problem zu lösen.

Logge mich abends im Hotel am Laptop ein und schreibe eine mail an HP mit allen erdenklichen Kundendaten. Ob die Eingabe meiner Sonder- Informationen in das Kontaktformular der HP- Produkt- Supportwebsite erfolgreich war, ist bis heute unklar, denn bei meinem Anruf am nächsten Tag weiß beim HP- support kein Schwanz von meiner mail.

An diesem Tag - dem Folgetag des Druckerdefekts - ereignen sich noch weitere drei kostenpflichtige Telefonate, die sind auf der Handy- Rechnung ausgewiesen sind.

Nicht dass mir die Sache am Arsch vorbei geht, aber den genauen Inhalt habe ich vergessen; ich vermute jedoch, dass unser Geschwätz dem Problem zur Lösung verholphen hat.

Lager Rede kurzen Sinn:

Die Sache ist gut ausgegangen; mein Kunde erhält sieben Tage später einen funktionierenden Drucker gleichen Typs. Zwar nur einen generalüberholten, aber immerhin. Fummelt ihn selbst zusammen, stöpselt ihn an das Analyse- System und freut sich, endlich seine Chromatogramme ausdrucken zu können.

Die Aktion Defekt- Deklaration schlägt für uns Dienstleister mit insgesamt acht Telefonaten über Mehrwert- Telefonnummern zu Buche.

Kosten: nur **29,99 € für über 47 Minuten Gesprächszeit** in der Summe.

30 Euro Bonus für die einmalige Abwicklung eines Gewährleistungsfalls, für den weder Kunde noch Dienstleister verantwortlich ist.

Abzocke sei natürlich nicht unterstellt, aber ein derartiges Chaos stinkt einfach nur zum Himmel und passt mit den Erwartungen an den global player HP wohl kaum zusammen.

Meine Suchmaschinen- Recherche hat ergeben, dass HP seinen Support oder Teile davon nach Bulgarien outgesourct hat; das als eines der ärmsten Länder Europas gilt.

So sei die Kohle als Beitrag zur Entwicklungshilfe verstanden.

Es gibt wohl noch viel zu tun im HP- Dienstleistungsbereich. Warten wir´s ab.

Anrufe zu Sonderrufnummern								
Support HP	114	24.07	13:13	1:00	Service 180	491805258143	g	0,6000
	115	24.07	13:15	2:23	Service 180	491805258143	g	1,4300
	116	24.07	13:18	11:50	Service 180	491805652180	g	7,1000
	117	24.07	14:00	2:19	Service 180	491805258143	g	1,3900
	118	24.07	14:03	12:47	Service 180	491805652180	g	7,6700
	119	25.07	14:46	3:12	Service 180	491805258143	g	1,9200
	120	25.07	14:50	8:32	Service 180	491805652180	g	5,1200
	121	25.07	15:01	7:56	Service 180	491805652180	g	4,7600
	122	25.07	15:03	2:15	Service 180	491805773280	g	1,1000
	Summe Verbindungen aus dem deutschen Vodafone-Netz							

Thomas Fischer, Juli 2007

<http://www.tf-home.de/page37.html> > HP- Drucker; support- trouble.pdf