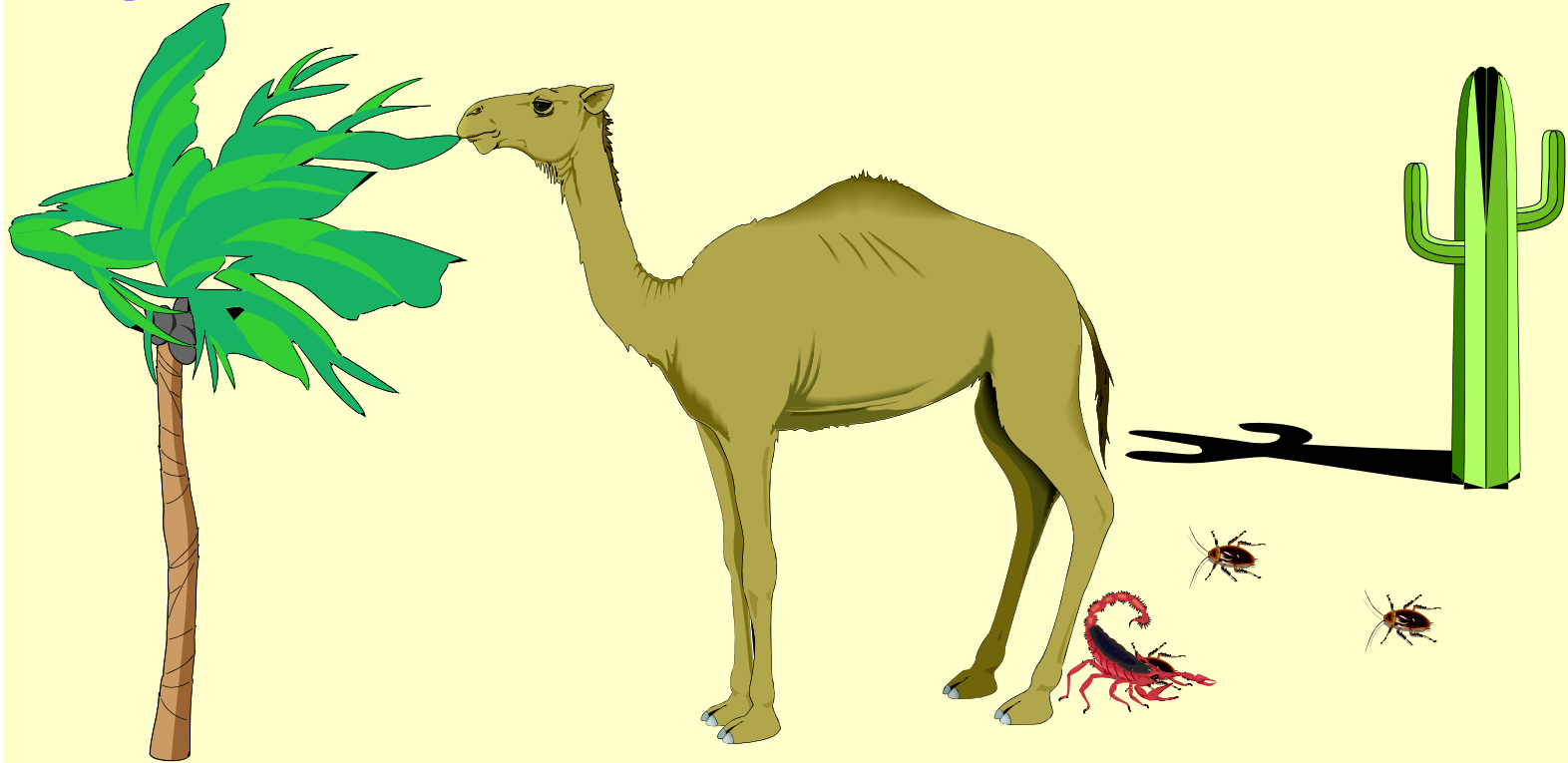


Service-Wüste Deutschland



Die Wüste lebt !!!

**„Qualität ist, wenn die
Kunden
zurückkommen, nicht
die Produkte“**

Der Begriff „Qualität“

Qualität ist die Gesamtheit von Merkmalen (und Merkmalswerten) einer Einheit bezüglich ihrer Eignung, festgelegte und vorausgesetzte Erfordernisse zu erfüllen (DIN EN ISO 8402)

Servicequalität

- **Erreichbarkeit**
- **Gesprächsführung**
- **Kompetenz**
- **Fullfillment**
- **Weitere Dimensionen**

Erreichbarkeit

***Wann steht der Dienst
grundsätzlich zur
Verfügung?***

***Kommt man gut durch oder
muß man lange warten?***

Gesprächsführung

- **Eingehen auf Kunden**
- **Aktive Gesprächsführung**
- **Einhalten der Telefonskripten**
- **Sprachlicher Ausdruck und Stimme**
- **Freundlichkeit**
- **Rückfragetechniken**
- **Zuhören**

Kompetenz

- Erfassen des Kundenanliegens
- Produktkenntnisse
- Beherrschung der Arbeitsmittel
- Gesprächsdauer
- Sofortlösung
- Fehlerhäufigkeit

Fullfillment

- **Termintreue**
- **Fehlerhäufigkeit**

Weitere Dimensionen

👉 **Materielles Umfeld (Preis)**

👉 **Zuverlässigkeit**

👉 **Vertrauenswürdigkeit**






👉 **Sicherheit**

Wozu gute Servicequalität?

- Märkte werden enger
- Leistungen und Produkte werden austauschbar
- Neukundengewinnung wird teurer
- Richtig Geld wird erst mit den treuen Kunden verdient

Langfristig werden sich nur die Unternehmen erfolgreich behaupten, denen es gelingt mit perfektem Service die Kunden an sich zu binden!

Das kostet ein schlechtes Gespräch!

-  **Direkte Gesprächskosten (Mitarbeiter, Telefon ...)**
-  **Entgangener Auftrag**
-  **Entgangene Folgeaufträge**
-  **Entgangene Aufträge potentieller Neukunden durch
Negativimage**
-  **Rückgewinnungskosten**

Wer bestimmt den Grad der Qualität?



Kunde



Wettbewerb



Unternehmen

Was ist die richtige Qualität?

Die Erwartungen des Kunden müssen (über-)erfüllt werden. Das bedeutet nicht zwangsläufig die höchstmögliche Qualität.

Aber Vorsicht: Der Wettbewerb schläft nicht und Kundenerwartungen ändern sich

Qualitätsmanagement

Die systematische

 **Analyse**

 **Planung**

 **Organisation**

 **Durchführung**

 **Kontrolle**

der qualitätsrelevanten Aspekte

Komponenten eines QM-Systems



Bewußtseinskomponente

- **Sämtliche Mitarbeiter sind sich der Notwendigkeit von Kunden- und Qualitätsorientierung bewußt**
- **Schaffen einer „Servicekultur“**
- **Einheitlicher kundenorientierter Qualitätsbegriff**

Strategiekomponente

➔ **Definiert langfristig Qualitäts-**

☞ **Ziele**

☞ **Inhalte**

☞ **Maßnahmen**

➔ **Verpflichtender Rahmen für alle
Mitarbeiter**

Positionierungskomponente

- **Sollimage gegenüber internen und externen Kunden / Zielgruppen**
- **Unternehmensweite Plattform für interne und externe Serviceorientierung**

Gestaltungskomponente

- **Einheitliche formale
Gestaltungsregeln**
- **Richtlinie für qualitätsbezogene
Tätigkeiten**
- **Dokumentierte, kommunizierte
Qualitätsstandards für alle
Geschäftsprozesse**

Integrationskomponente

- **Aus den differenzierten qualitätsbezogenen Maßnahmen und Instrumenten ist eine Einheit herzustellen.**
- **Inhaltliche, formale und zeitliche Abstimmung der verschiedenen Konzepte**

Konsistenzkomponente

- **Widerspruchsfreie, einheitliche Wahrnehmung durch Kunden und Mitarbeiter**
- **Keine inhaltlichen oder formalen Widersprüche bei der Erstellung der DL-Qualität**

Kongruenzkomponente

- **Nicht nur nach außen, auch zwischen Abteilungen**
- **Übereinstimmung der Qualitätsversprechen mit den realisierbaren Qualitätszielen**

Kontinuitätskomponente

→ mittel- bis langfristige Orientierung

→ wenn nicht:

- ↘ keine konsequente Q-Orientierung**
- ↘ Wirkungs- bzw. Effizienzmessung nicht möglich**
- ↘ nur bedingtes Bewußtsein bei MA**

Qualitätskontrolle / -prüfung

Ist nicht Selbstzweck, sondern ein Baustein innerhalb eines QM-Systems mit dem Ziel, Abweichungen des IST vom SOLL festzustellen und Grundlagen für die Maßnahmen zur Qualitätsanpassung zu geben.

Instrumente

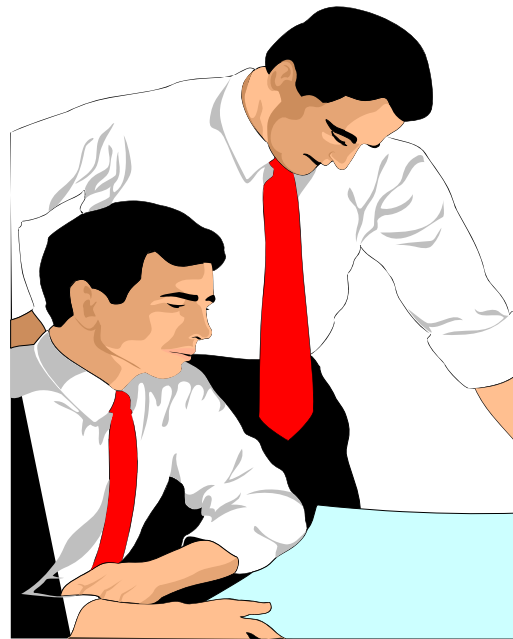
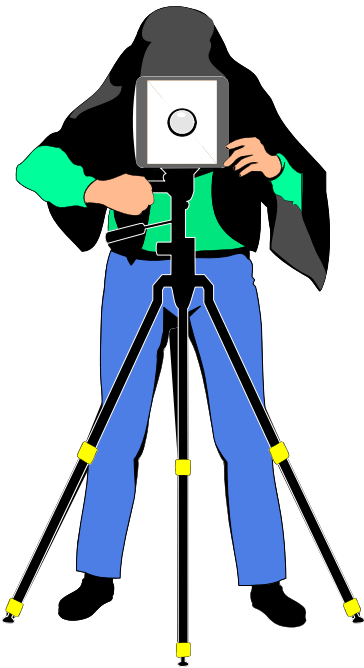
- **Vieraugenprinzip/Dienstaufsichtskontrollen**
- **Mitarbeiterbeobachtung**
- **Mitarbeiterbeurteilung/-gespräch**
- **interne Qualitätsmessung**
- **objektiv kundenorientierte Ansätze**
- **merkmalsorientierte Ansätze**
- **problemorientierte Ansätze**

Vieraugenprinzip/DA-Kontrollen



**Im direkten
Kontakt mit
dem Kunden
nur schwer
realisierbar**

Mitarbeiterbeobachtung



→ **Wer?**

→ **Wie?**

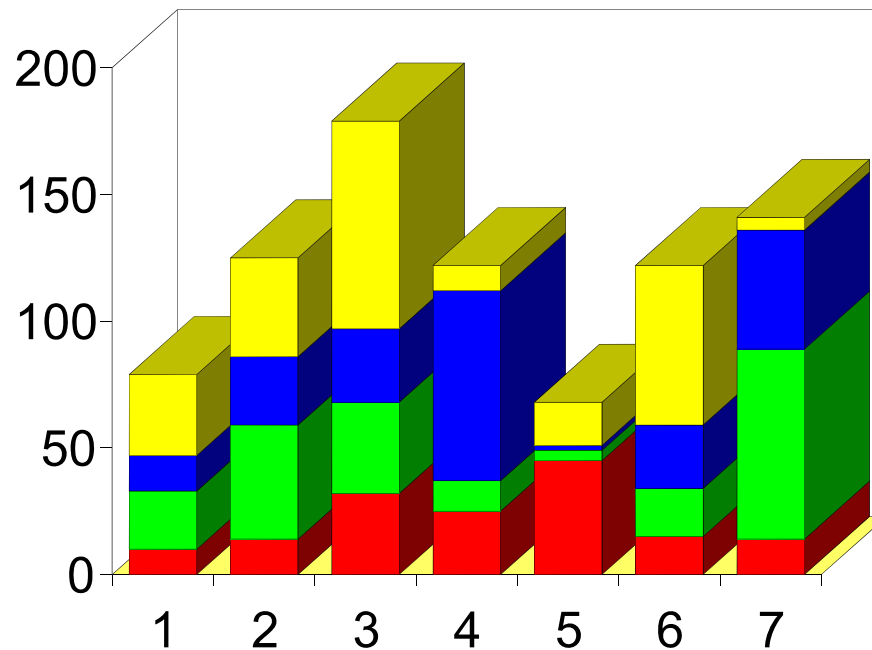
→ **Feedback!**

Mitarbeiterbeurteilung



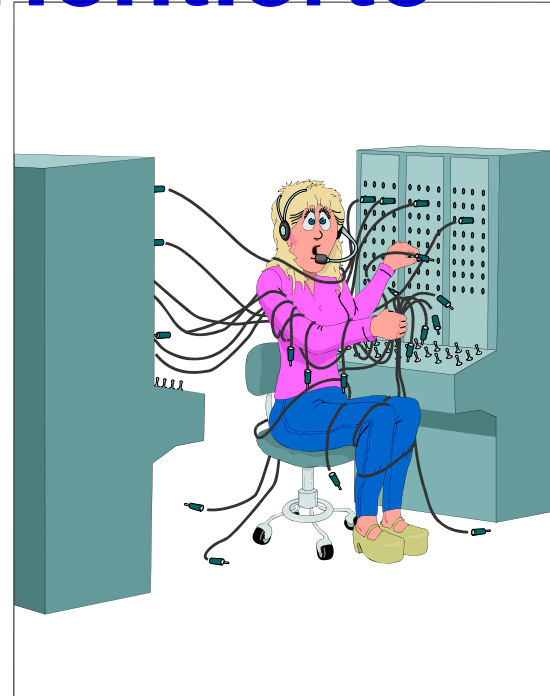
→ Ziele vereinbaren und überprüfen

Interne Qualitätsmessung



→ Bsp. Auswerten von Statistiken

objektiv kundenorientierte Ansätze



- **Silent Shopper (Mystery-Calls)**
- **Expertenbeobachtung (Monitoring)**

merkmalsorientierte Ansätze



→ **Kundenbefragung**

problemorientierte Ansätze



→ **Beschwerdemanagement**

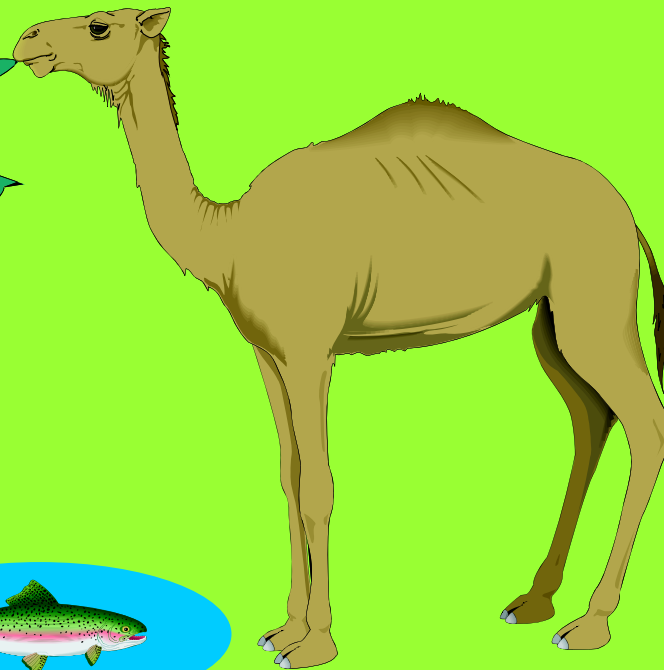
Der Mix macht's

Bei der Realisierung eines ganzheitlichen QM-Systems müssen die verschiedenen Instrumente zur Qualitätsprüfung sinnvoll miteinander verknüpft werden

Literatur und Quellen

- Bruhn, M. (1997): Qualitätsmanagement für Dienstleistungen, Heidelberg u.a.
- Rothery, B. (1994): Der Leitfaden zur ISO 9000, München
- Töpfer, A./Greff G. (1995): Servicequalität am Telefon, Neuwied u.a.

Ein Wort zum Schluß



Helpen Sie mit, die Wüste fruchtbar zu machen !!!

Für Ihre Fragen und Anliegen stehe ich Ihnen gern zur Verfügung!



Peter Höfl

Tel.: +49-(0)89-25 54 91 88
eMail: info@peter-hoefl.de
Web: www.peter-hoefl.de