

Gastkommentar: Österreichs kundenorientierteste Dienstleister Messen und Optimieren von Serviceprozessen im Rahmen des Wettbewerbs

Warum immer der Mensch zählt

Der entscheidende Faktor in der Serviceoptimierung ist die persönliche Komponente.

Brunn/Geb. Kundenorientierte Dienstleistung – was heißt das eigentlich? Vereinfacht dargestellt, dass die Ware oder Dienstleistung, die ich als Kunde bestellt oder in Auftrag gegeben habe, in der richtigen Spezifikation und Qualität, vollständig, zeitgerecht, unbeschädigt und zum vereinbarten Ort geliefert wird und dass dabei meine Bedürfnisse als Kunde und mein Nutzen in den Vordergrund des unternehmerischen Handelns gestellt werden. So weit so einfach.

Dass es eben nicht so einfach ist, erleben wir als Konsument oder im Business-to-Business-Bereich tagtäglich. Nur selten funktioniert etwas wirklich so gut, dass wir zu 100% zufrieden sind: Die bestellte Ware oder Dienstleistung stimmt nicht mit der Bestellung überein, es fehlt etwas, sie kommt nicht zur vereinbarten Zeit, die Ware ist beschädigt ... Das alles kann passieren, keine Frage; entscheidend ist aber, wie die Organisation, die den mangelhaften Serviceprozess verursacht, auf die Fehlleistung reagiert.

Fehler ist die Nagelprobe

Der Fehler ist quasi die Nagelprobe für die Organisation – und damit eine wertvolle Möglichkeit, zu lernen, zu verbessern, um den gleichen Fehler nicht nochmals zu machen.

Im Rahmen der Optimierung einer solchen Organisation gilt es nun, sich Prozesse und alle Schnittstellen zwischen Organisation und Kunde genau anzusehen, die Kommunikationswege zu optimieren und zu integrieren sowie Feedbackschleifen von Kunden einzubauen.

Wirklich entscheidend ist das alles jedoch nicht – es ist nur eine sehr wichtige Voraussetzung für gute Serviceprozesse. Papier und moderne Prozessdokumentationstools sind letztendlich geduldig. Der wirklich entscheidende Faktor ist die „menschliche“, die „persönliche“ Komponente. Ein Unternehmen wird nie Österreichs kundenorientiertester Dienstleister werden, wenn dessen Manager nicht verstehen, dass die wahre Qualität des Serviceprozesses die Mitarbeiter sind, wenn der Manager diese Werthaltung nicht transportieren kann und die Mitarbeiter nicht dahingehend unterstützt werden,

dass sie genau diese Werthaltung nach außen tragen. Deshalb ist es entscheidend, dass auch an der Werthaltung des Managements gearbeitet wird, Manager befähigt werden, ihre serviceorientierte Einstellung klar vorzuleben und zu transportieren, und Servicequalität ihren fixen Bestandteil im Wertepaket des Unternehmens hat.

Serviceprozesse zu optimieren, ist wichtig. Noch wichtiger ist es aber, den Personen Aufmerksamkeit zu schenken, die am Wesentlichsten mitbestimmen, wie gut es dem Kunden mit der Serviceorganisation geht – den eigenen Mitarbeitern.

Der Wettbewerb „Österreichs

kundenorientierteste Dienstleister“ hilft den Teilnehmern, auf objektive Art festzustellen, wie man im Vergleich zu anderen Dienstleistern in der Servicequalität angesiedelt ist; man kann sich anhand diverser Benchmarks vergleichen und erhält erste Handlungsempfehlungen, die in eine umfassende Optimierung der Serviceprozesse weitergeführt werden können.

Thomas Kolm ist geschäftsführender Gesellschafter der TTP, dem exklusiven Beratungspartner von IMAS im Rahmen des Wettbewerbs „Österreichs kundenorientierteste Dienstleister 2012“.

INFOBOX

TTP Marketing und Business Development (www.ttp-mbd.at) ist eine Unternehmensberatung mit Fokus auf die Beratung interner und externer Serviceorganisationen inkl. Customer Care Center mit den Schwerpunkten Strategie, kundenorientierte Prozesse, Organisation, Datenmanagement und Technologie. TTP unterstützt Unternehmen dabei, Kundenbeziehungen aus einer ganzheitlichen Sicht zu sehen, hilft bei der Planung, Gestaltung und Umsetzung von markt-, produkt-, service- und kundenorientierten Themenstellungen bis hin zur Erstellung von Pflichtenheften und Ausschreibungsunterlagen für CRM-Software und Callcenter-Technologien.



© TTP
Kolm ist Experte für Konzeption und Optimierung kundenorientierter Prozesse.



auto touring

Das Mobilitätsmagazin des ÖAMTC

DER WETTBEWERB

Österreichs kundenorientierteste Dienstleister Der Wettbewerb wurde von der Universität St. Gallen und ServiceRating erstmals 2005 in Deutschland ins Leben gerufen und wird in Österreich vom Linzer IMAS Institut durchgeführt. Die Schirmherrschaft und wissenschaftliche Begleitung übernimmt das Institut für Führung und Personalmanagement der Universität St. Gallen.

Die Vorgehensweise In einem Managementbogen geben die teilnehmenden Unternehmen Auskunft über ihre Kundenorientierung. Zudem befragen die Marktforscher rund 100 Kunden des jeweiligen Unternehmens zu ihrer Zufriedenheit. Die Initiatoren des Wettbewerbs erstellen nach Zusammenfassung dieser Daten eine erste **Rangliste**. Danach bekommen die fünf besten Firmen Besuch von ihnen – und müssen Einblick in ihr Haus gewähren. Die Besten-Liste wird dann erstmals zur **Preisverleihung im Frühjahr 2012** und anschließend in **medianet** veröffentlicht. Anmeldeschluss ist der 12. Dezember 2011.

Infos/Anmeldung: www.bestedienstleister.at

& truebenbach
@imas.at



JWT Wien Werbeagentur GmbH
Muthgasse 109, A-1190 Wien
T +43 1 93 999 F +43 1 93 999 99
wien@jwt.com www.jwt.at

Mit besten Empfehlungen
With Compliments

Willkommen
bei JWT!