

Viele empirische Untersuchungen und die Auswertung von Kundenbefragungen ergaben eine eindeutige Liste von fünf wichtigen Kriterien zur Beurteilung von Servicequalität aus Kundensicht.

Kriterium 1: Zuverlässigkeit

Dieses Kriterium ist das wichtigste. Es bedeutet vor allem Einhaltung der Zusagen von Leistungen, die in den Beratungs- und Verkaufsgesprächen sowie in Werbung und Marketing versprochen wurden.

Das betrifft auch die komplikationslose Einhaltung von Garantie- und Rücknahmeverpflichtungen.

Kriterium 2: Äußeres Erscheinungsbild und Umfeld

Dieses Kriterium schließt ein: das Betriebsgelände, die Ausstattung und das Ambiente der Räumlichkeiten, das Erscheinungsbild und Auftreten des Personals, die Form der Drucksachen einschließlich der Angebote und Rechnungen.

Dazu gehören auch ordentlich aufgeräumte Schreibtische und die Kleidung der Mitarbeiter.

Kriterium 3: Vertrauenswürdigkeit bzw. Professionalität

Dies heißt, der Kunde will sicher gehen, dass der Serviceangestellte fachlich kompetent ist, die angebotenen bzw. verkauften Produkte im Detail kennt und die Fähigkeit hat, anfallende Probleme in einer angemessenen Zeit zur Befriedigung des Kunden zu lösen.

Kriterium 4: Eingehen auf Kundenbedürfnisse bzw. Zuvorkommenheit

Hier wird bewertet, wie intensiv und individuell auf die Kundenwünsche eingegangen wird.

Dabei wird u.a. darauf geachtet, wie die Wartezeiten sind, wie Anrufe weitergeleitet werden, ob die Servicestellen leicht zu finden sind usw.

Kriterium 5: Einfühlungsvermögen

Die Mitarbeiter sollten die wahren Wünsche der Kunden erkennen, verstehen und ihnen die beste Lösung anbieten.

Sie sollten gut zuhören können und auch mit wütenden bzw. verärgerten Kunden respektvoll und konfliktlösend kommunizieren.