



## 2. Cvičení k tématu SERVIS

### Dobrý servis z pohledu zákazníka

Přečtěte si text „Kritéria dobrého servisu“ a přiřaďte ke kritériím uváděným v tabulce jejich správný obsah:

#### Kritéria dobrého servisu

Z mnoha empirických výzkumů a vyhodnocení zákaznických anket vyplynul jednoznačný seznam pěti důležitých kritérií pro hodnocení kvality servisu z pohledu zákazníků.



Jde o následující kritéria:

#### Kritérium 1: Spolehlivost

Toto kritérium je nejdůležitější. Znamená především dodržení slibu, že služba, která byla dojednána v poradenském nebo prodejním rozhovoru nebo byla nabídnuta v reklamě či marketinku, bude provedena.

To se týká také bezproblémového dodržení závazků vyplývajících ze záručních podmínek včetně možnosti vrácení zboží.

#### Kritérium 2: Vzhled a prostředí

Toto kritérium zahrnuje areál podniku, vybavení a atmosféru jeho prostor, vzhled a vystupování personálu, podobu tištěných materiálů včetně nabídek a účtů.

K tomu patří také uklizené psací stoly a vkusné oblečení zaměstnanců.

#### Kritérium 3: Důvěryhodnost, popř. profesionalita

Toto kritérium znamená, že zákazník si chce být jist, že zaměstnanec je odborně kompetentní, do detailu zná nabízené, popř. prodávané, produkty a má schopnost vyřešit případné problémy ke spokojenosti zákazníka a v přiměřené lhůtě.



#### **Kritérium 4: Přístupní na potřeby zákazníka, popř. zdvořilost**

**Zde se hodnotí, jak intenzivně a individuálně se přistupuje k přáním zákazníků.**

Přitom se mimo jiné dbá i na to, jaké jsou čekací doby, jak jsou přepojovány hovory, zda je možno servisní místo snadno najít atd.

#### **Kritérium 5: Schopnost vcítit se**

**Zaměstnanci by měli poznat skutečná přání zákazníků, porozumět jim a umět nabídnout nejvhodnější řešení**

Měli by umět také dobře naslouchat a rovněž s respektem a nekonfliktně komunikovat i s rozčilenými zákazníky.

<b>Kritérium</b>		<b>Vysvětlivka</b>
<b>Kritérium 1: Spolehlivost</b>		Zde se hodnotí, jak intenzivně a individuálně se přistupuje k přáním zákazníků.
<b>Kritérium 2: Vzhled a prostředí</b>		Zaměstnanci by měli rozpoznat skutečná přání zákazníků, porozumět jim a nabídnout nejlepší řešení.
<b>Kritérium 3: Důvěryhodnost popř. profesionalita</b>		Toto kritérium je nejdůležitější. Znamená především dodržení slibu, že služba, která byla dojednána v poradenském nebo prodejním rozhovoru nebo byla nabídnuta v reklamě či marketinku, bude provedena.
<b>Kritérium 4: Přístupní na potřeby zákazníka, popř. zdvořilost</b>		Toto kritérium znamená, že zákazník si chce být jist, že zaměstnanec je odborně kompetentní, do detailu zná nabízené, popř. prodávané, produkty a má schopnost vyřešit případné problémy ke spokojenosti zákazníka a v přiměřené lhůtě.
<b>Kritérium 5: Schopnost vcítit se</b>		Toto kritérium zahrnuje areál podniku, vybavení a atmosféru jeho prostor, vzhled a vystupování personálu, podobu tištěných materiálů včetně nabídek a účtů.



## Řešení:

Kritérium		Vysvětlivka
<b>Kritérium 1: Spolehlivost</b>		Zde se hodnotí, jak intenzivně a individuálně se přistupuje k přáním zákazníků.
<b>Kritérium 2: Vzhled a prostředí</b>		Zaměstnanci by měli rozpoznat skutečná přání zákazníků, porozumět jim a nabídnout nejlepší řešení.
<b>Kritérium 3: Důvěryhodnost popř. profesionalita</b>		Toto kritérium je nejdůležitější. Znamená především dodržení slibu, že služba, která byla dojednána v poradenském nebo prodejním rozhovoru nebo byla nabídnuta v reklamě či marketinku, bude provedena.
<b>Kritérium 4: Přistoupení na potřeby zákazníka, popř. zdvořilost</b>		Toto kritérium znamená, že zákazník si chce být jist, že zaměstnanec je odborně kompetentní, do detailu zná nabízené, popř. prodávané, produkty a má schopnost vyřešit případné problémy ke spokojenosti zákazníka a v přiměřené lhůtě.
<b>Kritérium 5: Schopnost vcítit se</b>		Toto kritérium zahrnuje areál podniku, vybavení a atmosféru jeho prostor, vzhled a vystupování personálu, podobu tištěných materiálů včetně nabídek a účtů.