



## 1. Cvičení k tématu SERVIS

### Dobry servis podniku

Přečtete si text „Co vlastně rozumíme pod pojmem servis?“ a zodpovězte následující otázky:

V oblasti servisu se všechno točí hlavně kolem pozornosti věnované zákazníkovi. Ve



stále racionalizovanější a tlakem k výkonnosti utvářené společnosti se jednotlivci ohlíží také po projevech náklonnosti. Výrobky jsou až do omrzení dostupné, ale projevů náklonnosti se zákazník dočká jen málokdy. Je tomu tak hlavně proto, že stále menší počet lidí obsluhuje stále větší počet zákazníků. Technika nahrazuje vztahy, osobní kontakt se stává luxusem a zvláštností. Lidé však mají jemný cit pro to, zda pozornost je skutečná, zda protějšek má skutečný zájem a stará se – byť je to jen na pár minut.

Výraz *servis* (franc. popř. angl. *service*) neznámá nic jiného než služba. Servis je odvedená práce nebo služba zákazníkům v následujících

podobách:

- Veškerá snaha, úsilí a pozorná péče o zákazníka před koupí i po ní: servis před koupí je např. dodávka do domu, usnadnění platby atd., servis po koupí jsou např. reklamační řízení, náhradní díly, opravy i kulantnost jednání.
- V gastronomii se servisem rozumí všechny služby poskytované číšníkem: prostření stolu, přijetí objednávky, uklizení stolu, vystavení účtu i správné načasování obsluhy. Je to také veškerá pozornost, kterou jsou hosté personálem obdařováni.
- V mnoha oborech znamená dobrý servis kompetentní poradenství nezávislé na jednostranných zájmech, aktivní zpětnou vazbu a ověření toho, jak dobře se nabízejícímu daří přistoupit na přání svého zákazníka.

Dobry servis kombinuje pozornost s odbornými znalostmi, rozhodovací a navigační kompetencí, které jsou spojeny s životními zkušenostmi souvisejícími se



světem techniky a produktů. Často jsou vyžadovány i vědomosti, kterými nikdo jiný bez odborné pomoci nedisponuje. Dobrý servis, to je také bezplatná láhev vody v hotelovém pokoji nebo slušné chování, když zákazník vrací zboží, které patrně vůbec žádnou vadu nemá. Dobrý servis znamená nenechat zákazníky čekat. Ani v čekárně, ani na telefonní spojení, ani u pokladny. Ve společnosti organizované do poslední minuty je nejhorším servisním prohřeškem okrádat zákazníka o čas. Prosím, mějte ještě trochu strpení!

Nezávisle na oboru, ať už se jedná o hotelnictví, maloobchod, služby, softwarovou firmu nebo výrobce domácích spotřebičů, závisí kvalita servisu vždy v první řadě na lidech. Ačkoliv se moderní management servisu neobejde bez technických prostředků, charakter podniku vytvářejí především motivace zaměstnanců, jejich postoje, vystupování, nasazení i jejich emoce, a to mnohem více než jakýkoliv reklamní slogan či počítač s telefonem.

### **Základy dobrého servisu, servisní kritéria**

Servis je vše, co se dostane k zákazníkovi. Kvalita servisu je utvářena všemi a vším, s čím zákazník přijde do kontaktu: zaměstnanci, korespondencí, záznamníkem, internetovými stránkami a dokonce i návody k obsluze a balení. „Jen laskavost nestačí“, říká Robert Reiner mann, vedoucí „Servisu kvality“ z TÜV Management Service. „Když podnik dodává kvalitní servis, je to vidět všude – od telefonního spojení až k managementu reklamací.“

### **Co je třeba mít na zřeteli**

Čím je nabízený servis, a tím také spokojenost zákazníků lepší, tím vyšší jsou náklady, které se servisem souvisejí. Průzkumy však ukazují, že poměr mezi náklady a spokojeností zákazníků není proporcčně přímý: nad určitým stupněm úrovně servisu stoupá spokojenost zákazníků při stále narůstajících nákladech už jen nepatrně.

Management si proto musí položit otázku, zda jsou poskytované servisní služby a spokojenost zákazníků v ekonomicky smysluplné relaci a zda je zákazník ochoten za poskytnuté spektrum služeb zaplatit. Za tímto účelem musí být kvalita servisu měřitelná, např. indexem spokojenosti zákazníků, kvótou návratnosti zákazníků, přírůstkem nových zákazníků nebo navyšujícím se obratem.



**1. Proč dnes lidé touží po tom, aby jim byla věnována pozornost a projevována náklonnost?**

- a) Protože lidé mají dnes více času než dříve.
- b) Protože stále méně zaměstnanců obsluhuje více zákazníků.
- c) Protože stále více úkolů souvisejících s obsluhou je zajišťováno technickými systémy místo lidmi.
- d) Protože se lidé nudí.

Řešení: b, c

**2. Co patří k servisu před nákupem, tzv. pre-sales-service?**

- a) Kulantní chování
- b) Usnadnění platby
- c) Dodávka do domu
- d) Vyřizování reklamací

Řešení: b, c

**3. Co patří k servisu po koupi, tzv. after-sales-service?**

- a) Dodávka náhradních dílů
- b) Usnadnění platby
- c) Rychlé vyřízení reklamací
- d) Opravy

Řešení: a, c



#### 4. Které příklady platí pro dobrý servis?

- a) Vyplňování dotazníků zjišťujících spokojenost zákazníků
- b) Zákazník nemusí čekat
- c) Slušné chování při vracení bezvadného zboží zákazníkem
- d) Vyřizování reklamací přímo jednatelem firmy

Řešení: b, c

#### 5. Na čem v první řadě závisí kvalita servisu?

- a) Na moderní technice
- b) Na chování a kvalitě zaměstnanců
- c) Na moderním počítači s telefonem
- d) Na množství techniků zaměstnaných v servisu

Řešení: b

#### 6. Čím je kromě zaměstnanců vytvářena kvalita servisu?

- a) Webovými stránkami firmy
- b) Srozumitelnými návody k obsluze výrobků
- c) Balením, které vyhovuje zákazníkovi a zároveň je ekologické
- d) Přiměřenou korespondencí a vyhovujícím textem na záznamníku telefonu

Řešení: a, b, c, d

#### 7. Kde však naráží zákaznický servis s ohledem na rentabilitu podniku na určité hranice a co je třeba udělat?

- a) Nad určitým stupněm servisu spokojenost zákazníků proporcionálně silně narůstá.
- b) Nad určitým stupněm servisu spokojenost zákazníků narůstá jen mírně.
- c) Zákazník musí být přesvědčen o tom, že náročný servis také víc stojí.
- d) Je třeba změřit kvalitu servisu.

Řešení: b, c, d