



# Servicequalität

Messen - Bewerten - Verbessern



# Schon einmal erlebt? Originaltöne aus der Praxis belegen den Verbesserungsbedarf der Servicequalität

## Neulich ...

... im Bahnhofsrestaurant

„Ich hätte gerne eine Orangensaftschorle.“



„Wir haben nur Orangensaft.“

... im Elektro-Fachmarkt

„Sind da die Anschlusskabel schon dabei?“



„Da müssen Sie in der Packung nachschauen.“

... beim Telefon-Banking

„An welchen Börsen kann ich handeln?“



„Wir sind hier keine Experten. Da müssten Sie sich an Ihre Filiale wenden.“

... im Verbrauchermarkt

„Entschuldigung, ich suche Haushaltsreiniger.“



„Da müssen Sie meine Kollegin fragen, ich bin nur für Süßwaren zuständig.“

... im Ausflugslokal

„Ein Tasse Kaffee, bitte.“



„Draußen gibt's nur Kännchen!“

# In diesem Seminar lernen Sie praxisorientiert, mit welchen Methoden die Servicequalität gemessen und verbessert werden kann

## Kurzbeschreibung

Untersuchungen ergeben regelmäßig, dass die Kunden heutzutage weniger von den Produkten als von dem Service eines Unternehmens enttäuscht sind. Der erlebte Mangel an Servicequalität kann nicht durch zusätzliche Kundenbindungsprogramme ausgeglichen, sondern muss ursächlich verbessert werden.

Was aber ist Servicequalität? Aus welchen Aspekten setzt sich deren Wahrnehmung zusammen? Wann und über welche Kanäle wird sie erlebt und was kann daran verbessert werden? Diesen Fragen geht das Inhouse Seminar anhand konkreter Fallbeispiele nach. Zudem wird gezeigt, wie sich Servicequalität integriert analysieren lässt.

Im Inhouse Seminar erhalten Sie das methodische Rüstzeug und lernen, worauf Sie bei der Servicequalität besonderen Wert legen sollten. Durch vielfältige Praxisbeispiele, Gruppenarbeiten und Fallstudien werden die Teilnehmer aktiv in die Wissensvermittlung eingebunden.



# Denn: Eine hohe Service- und Beratungsqualität ist heute so entscheidend wie noch nie

## Inhalt des Seminars

### Einführung in die Servicequalität

- Was ist Servicequalität?
- Wie beeinflusst Servicequalität die Kundenbindung?

### Methoden zur Messung von Servicequalität

- Ereignisgetriebene Kundenzufriedenheitsbefragung
- Monitoring
- Mystery Analysen
- Synthese: Mehrwert von integrierten Ansätzen

### Ergebnisse verwerten und Maßnahmen ableiten

- Konkrete Handlungsempfehlungen ableiten
- Erarbeitung konkreter Verbesserungsmaßnahmen mit Hilfe von Workshops



In zusätzlichen Breakout Sessions können unternehmensspezifische Fragestellungen vertieft und Fallbeispiele in Gruppenarbeiten durchgeführt werden.

## Die Referenten verfügen über langjährige Erfahrung in der Messung und Verbesserung der Servicequalität, ...

### Mark Lendrich



Mark Lendrich  
Senior Projektleiter  
Vocatus AG

#### Profil

Seit 2001 ist Mark Lendrich bei der Vocatus AG als Senior Projektleiter beschäftigt und leitete dort unter anderem bereits zahlreiche quantitative und qualitative Single- sowie Multi-Client-Studien für diverse Unternehmen aus unterschiedlichen Branchen. Sein Schwerpunkt liegt dabei auf der Analyse der Servicequalität.

#### Berufserfahrung

- Vorstandsassistent VLS AG
- Manager Handelsmarketing bei Cellway Telekommunikationsdienste
- Produktmanager Schmidt Spiel+Freizeit GmbH

#### Referententätigkeit

- Akademie des Berufsverbandes Deutscher Markt- und Sozialforscher
- Referent für zahlreiche Fachkongresse und Inhouse Seminare

#### Ausbildung

Diplom-Wirtschaftsingenieur an der FH Wilhelmshaven mit dem Schwerpunkt Absatzwirtschaft.

... die sie unter anderem auch in Vorträgen und Veröffentlichungen weitergeben

**Oliver Bössow**



Oliver Bössow  
Leiter Research &  
Implementation  
Vocatus AG

#### **Profil**

Oliver Bössow ist Senior Projektleiter bei der Vocatus AG und betreut mit seinem langjährigen Erfahrungshintergrund vor allem Kunden im Dienstleistungsbereich und Gebrauchs- und Konsumgüterhersteller. Der Diplom-Politikwissenschaftler ist spezialisiert auf die Beratung und Projektbetreuung bei Kundenzufriedenheitsstudien und Studien zur Servicequalität. Außerdem ist er für die inhaltliche Weiterentwicklung der Kundenzufriedenheitsforschung zuständig.

#### **Berufserfahrung**

- Bereichsleiter für Kundenzufriedenheitsstudien bei der GfK
- Projektleiter bei Inra und Ipsos

#### **Referententätigkeit**

- Akademie des Berufsverbandes Deutscher Markt- und Sozialforscher
- Referent für zahlreiche Fachkongresse und Inhouse Seminare

#### **Ausbildung**

Diplom-Politikwissenschaft in Bamberg

## Forschungsreferenzen

Auswahl

- Vocatus (Hrsg.) (2010): Service im Call Center erfolgreich steigern. In: Feedback, Ausgabe 4. München: Vocatus.
- Vocatus (Hrsg.) (2010): Interne Servicequalität. In: Feedback, Ausgabe 2. München: Vocatus.
- Bössow, O. (2009): Servicequalität im Test. In: Competence, Ausgabe 2. Bern: Swiss Post International. S. 26-27.
- Vocatus (Hrsg.) (2009): Mit Mystery Shopping zu besserem Service. In: Feedback, Ausgabe 2. München: Vocatus.
- Lendrich, M.; Bauer, F. (2008): Durch Mitarbeiter-Workshops die Servicequalität nachhaltig verbessern. In: Planung & Analyse, Ausgabe 3. Frankfurt: Deutscher Fachverlag. S. 50-53.
- Motschmann, K. (2008): Neue Wege in der Zufriedenheitsmessung: Direkter Draht zu mehr Kundennähe. In: Call Center Profi, Ausgabe 1. Wiesbaden: Gabler. S. 32-35.
- Koth, H. C.; Beckenbach, A. (2008): Bankservice auf dem Prüfstand: Der Kunde als Filial-Scout. In: Die Bank, Ausgabe 5. Köln: Bank-Verlag Medien. S. 36-40.
- Habenschaden, B.; Matschiner, K. (2008): Beide Seiten der Medaille: Analyse von Verkaufsgesprächen mit Online-Tagebüchern. In: Research & Results, Ausgabe 6. München: Reitmeier Input Management Services. S. 44-46.
- Koth, H. C.; Schneider, P. (2007): Entscheidungsprozesse verstehen: Die 360 Grad Entscheidungsanalyse. In: Brändli, A.; Marcuz, N. (Hrsg.): Jahrbuch >Kunde im Focus<. Ettlingen: IM Marketing-Forum. S. 20-23.
- Bauer, F.; Wiegran, G. (2006): Wegweiser zum Kunden. Die 360 Grad Entscheidungsanalyse. In: Research & Results, Ausgabe 2. München: Reitmeier Input Management Services. S. 20-22.
- Vocatus (Hrsg.) (2006): Die 360 Grad Entscheidungsanalyse. In: Feedback. Ausgabe 2. München: Vocatus.
- Bauer, F. (2004): Der kundengetriebene Dialog als Kernprozess der Servicequalität. In: Sexauer H. J. (Hrsg.): Konzepte des Customer Relationship Management. Wiesbaden: DenkInstitut, Reihe Management. S. 237-264.

## Der Mix aus fundierten Ansätzen und klarer Umsetzungsorientierung hat Vocatus zu einem führenden Marktforschungsinstitut gemacht, ...

- Vocatus ist ein international tätiges Full-Service Marktforschungsinstitut mit Sitz in München.
- Unsere Spezialgebiete sind die „Touch Points“ zwischen Mensch (Kunden, Händler, Mitarbeiter) und der Unternehmensorganisation.
- Rund 200 renommierte Kunden schätzen unseren Qualitätsanspruch.
- Mit rund 60 hochqualifizierten Mitarbeitern bearbeiten wir vorwiegend Projekte zu den Themen:
  - Servicequalität
  - Kundenzufriedenheit und –bindung
  - Kaufentscheidung
  - Preisoptimierung
- Uns reizen vor allem Projekte, bei denen wir tatsächlich etwas bewegen können, die konzeptionell ein bisschen anspruchsvoller oder in der Umsetzung komplexer sind.



... was nicht nur durch die positiven Feedbacks unserer Kunden, sondern auch mit verschiedenen Auszeichnungen bestätigt wird

- Bereits **2005** ausgezeichnet mit dem **Preis der deutschen Marktforschung** für die Entwicklung der "motivorientierten persönlichen Suche (MOPS)" für den Online-Reiseanbieter L'TUR.
- **2008** erneut unter die besten drei Studien des Jahres gewählt – für die internationale Grundlagenstudie "**Smarter Pricing mit GRIPS**". Die Multi-Client-Studie hat in 16 Ländern auf fünf Kontinenten untersucht, wie sich Konsumenten im Rahmen von Kaufentscheidungen mit dem Thema Preis auseinandersetzen.
- **2010** gewann Vocatus gemeinsam mit L'TUR für den "**Reisepreisvergleich**" erneut den Preis für die beste Studie. Bei dieser paradoxen, aber sehr erfolgreichen Maßnahme bekommen Reisekunden die jeweiligen Wettbewerbspreise gezeigt – selbst wenn diese einmal günstiger sind. Dennoch ist seitdem die Conversion Rate erheblich gestiegen.
- Ebenfalls **2010** wurde Vocatus mit dem **ESOMAR-Award** für das „Best Methodological Paper“ für den innovativen Preisforschungsansatz „Pricing beyond the Homo Oeconomicus“ ausgezeichnet.



## Sie haben noch weitere Fragen, Anregungen oder Wünsche? Gerne helfen wir Ihnen weiter!

Rufen Sie uns einfach an:

**08142 5069-0**

oder schreiben Sie uns eine E-Mail an:

**[beratung@vocatus.de](mailto:beratung@vocatus.de)**

*Übrigens:*

Informationen zu weiteren Inhouse Seminaren von Vocatus  
finden Sie unter:

<http://www.vocatus.de/veranstaltungen/inhouse-seminare.php>



Vocatus AG  
Oppelner Str. 5  
82194 Gröbenzell / München  
Telefon: 08142 5069-0  
Telefax: 08142 5069-299

