

ServiceQualität - Im Dienst des Kunden

Zertifizierung von Servicequalität & Kundenzufriedenheit

Kriterien zur Zertifizierung



Management Service

0	PRÄAMBEL	2
1	ANFORDERUNGEN AN DIE SERVICEKULTUR	3
2	ANFORDERUNGEN AN DIE SERVICEZUVERLÄSSIGKEIT	4
3	ANFORDERUNGEN AN DEN UMGANG MIT REKLAMATIONEN	6
4	ANFORDERUNGEN AN DIE QUALIFIKATION DER MITARBEITER	7

© TÜV SÜD Management Service GmbH, 2004



0 Präambel

Dieser Kriterienkatalog legt die Verantwortungen und die Prüfmethode für die Zertifizierung von Unternehmen aller Branchen fest. Er stellt die Prüfgrundlage zur Bewertung und Zertifizierung des Managements, der Servicekultur und Servicezuverlässigkeit, der Kundenorientierung sowie der Qualifikation der diesbezüglich tätigen Mitarbeiter in einer Organisation dar.

Hierfür muss ein transparentes, beschriebenes Verfahren zur Servicequalität im Unternehmen etabliert sein und den Kunden jederzeit verständlich und vollständig dargestellt werden können.

Unter Servicequalität versteht die TÜV SÜD Management Service GmbH insbesondere die Gesamtheit der Leistungen, die zur Unterstützung vertraglicher Beziehungen im Rahmen der Kundenpflege und Kundenbindung über die vertraglich geschuldete Leistung hinaus erbracht werden.

Dieser Kriterienkatalog definiert qualitätsbezogene, technische und kundenorientierte Anforderungen sowie Mindestanforderungen an die zu zertifizierende Organisationsstruktur bezogen auf die Serviceprozesse.

Das Prüfzeichen und die Zertifikatsurkunde „ServiceQualität“ erhalten Unternehmen erst nach einer sorgfältigen Prüfung gegen alle in diesem Kriterienkatalog genannten Anforderungen. Dennoch kann die TÜV SÜD Management Service GmbH keine Garantie dafür übernehmen, dass alle zugrunde liegenden Kriterien immer eingehalten werden.

Die von der TÜV SÜD Management Service GmbH erstellten Kriterien wurden unter Berücksichtigung und in Ergänzung zu den gesetzlichen Regelungen formuliert, zu deren Einhaltung die Unternehmen verpflichtet sind.

Die Vergabe des Prüfzeichens „ServiceQualität“ ersetzt keine rechtliche, steuerrechtliche oder betriebswirtschaftliche Beratung, wie z.B. im Sinne des Rechtsberatungsgesetzes (RBerG). Die TÜV SÜD Management Service GmbH weist ausdrücklich darauf hin, dass mit dem Auftrag zur Überprüfung der „ServiceQualität“ kein Auftrag im Sinne einer Beratungsleistung einhergeht.

Die „ServiceQualität“ wird durch prozessorientierte Dokumentenprüfungen, ein Monitoring vor Ort, die Durchführung von Mystery Analysen und eine Kundenbefragung bewertet. Dabei kann die Dokumentenprüfung Bestandteil des Audits vor Ort sein.



Folgende Kriterien sind von dem zu zertifizierenden Unternehmen einzuhalten:

1 Anforderungen an die Servicekultur

1.1. Das Unternehmen lebt intern sowie extern eine definierte Servicekultur. Insbesondere die Unternehmensleitung geht mit gutem Beispiel voran und lebt diese Servicekultur vor.

Prüfmethoden:

- Dokumentenprüfung (z.B. Geschäfts politik, Führungsleitlinien, Organigramme, Stellenbeschreibungen, Vollmachten, Vertretungsregelungen, Unterschriften-/Zeichnungsberechtigungen, Internet)
- Audit vor Ort (z.B. Anforderungsprofile, Prozessdarstellungen, Nennung und Befugnisse eines Zertifizierungsbeauftragten, Veröffentlichung von Servicekennzahlen)

1.2. Es ist ein dokumentiertes Servicemanagement vorhanden, das alle Aufgaben erfasst, die für Aufbau, Pflege und Entwicklung sämtlicher Aktivitäten gegenüber den Kunden notwendig sind.

Prüfmethoden:

- Dokumentenprüfung (z.B. Verfahrensanweisungen, Gesprächsleitfaden, Stellenbeschreibungen)
- Audit vor Ort (z.B. EDV-Systeme)

1.3. Im Rahmen des Servicemanagements wird erkannt, mit welchem Service der Kunde begeistert werden kann. Außerdem wird der Dialog mit dem Kunden dauerhaft eingerichtet und gepflegt. Die damit zusammenhängenden Prozesse werden erkannt und verstanden.

Prüfmethoden:

- Dokumentenprüfung (z.B. Prozessbeschreibung)
- Audit vor Ort (z.B. Auftragsabwicklung)
- Kundenbefragung (z.B. Wunsch nach zusätzlichen Serviceleistungen)

1.4. Das Unternehmen sucht stets neue Impulse für Serviceleistungen und entwickelt Angebote, für die der Kunde bereit ist zu zahlen oder die ihn an das Unternehmen binden.

Prüfmethoden:

- Audit vor Ort (z.B. Projektlisten)
- Kundenbefragung (z.B. Wunsch nach zusätzlichen Serviceleistungen)

1.5. Es existiert eine kommunizierte Servicestrategie, die Kundenbindung und Kundenzufriedenheit als zentrale Erfolgsfaktoren betrachtet. Dabei wird den Mitarbeitern vermittelt, dass Service ein Werkzeug für einen höheren Markterfolg ist und stets ein neuer Prozess ist, der das ganze Unternehmen betrifft.

Prüfmethoden:

- Dokumentenprüfung (z.B. Kommunikationsmaterialien, Internetseite)
- Audit vor Ort (z.B. Mitarbeiterbefragungen, Schwarzes Brett, Gesprächsprotokolle)

1.6. Die Mitarbeiter des Unternehmens verfügen über eine Servicementalität, d.h. sie begreifen den nächsten Schritt als Kunde und handeln entsprechend serviceorientiert. Dies gilt besonders für Mitarbeiter mit Kundenkontakt.

Prüfmethoden:

- Dokumentenprüfung (interne Kommunikationsmaterialien, Arbeitsanweisungen)
- Audit vor Ort (z.B. Call-Center)
- Kundenbefragung (z.B. Freundlichkeit, Engagement der Mitarbeiter)
- Mystery Analysen (z.B. Freundlichkeit, Engagement der Mitarbeiter)

2 Anforderungen an die Servicezuverlässigkeit

2.1. Bezogen auf den angebotenen Service werden Kriterien definiert, wie die Qualität dieses Services gemessen wird.

Diese Kriterien sollten sich auf folgende Punkte beziehen:

- Korrektheit, d.h. verlässliche und exakte Ausführung des versprochenen Services
- Gegenständliches, d.h. angemessenes und aussagekräftiges Erscheinungsbild der Mitarbeiter, Einrichtung, Werbematerialien etc.
- Entgegenkommen, d.h. sorgsames Interesse am einzelnen Kunden und die vorhandene Bereitschaft, Kunden unverzüglich zu bedienen
- Souveränität, d.h. Vertrauen erweckendes, zuvorkommendes und fachlich kundiges Auftreten

2.2. Die Prozesse und Leistungen müssen gemäß den Kundenerwartungen ablaufen und funktionieren. Dies bedeutet, dass fehlerfreie Prozesse definiert wurden, die möglichst standardisiert ablaufen.

Prüfmethoden:

- Dokumentenprüfung (z.B. Service-Handbücher, Service-Level-Agreements)
- Audit vor Ort (z.B. Mitarbeitergespräche, Gestaltung des Service-Centers)
- Kundenbefragung (z.B. Schnelligkeit, Wartezeiten, Fachkompetenz)
- Mystery Analysen (z.B. Erreichbarkeit, Lösungskompetenz)

Prüfmethoden:

- Dokumentenprüfung (z.B. Verfahrensanweisungen, Aufbauorganisation, Prozessbeschreibungen, Maßnahmenpläne)
- Audit vor Ort (z.B. Mitarbeitergespräche, Ergebnisse interner Audits)
- Mystery Analysen (z.B. Termintreue)
- Kundenbefragung (z.B. Fragen nach Reklamationen)

Kriterien zur Zertifizierung

2.3. Im Rahmen dieser Prozessdefinition wird kontinuierlich ermittelt, welche zentralen Forderungen die Kunden haben, welche Personen diesen Service erbringen und ob die Ressourcen und Verantwortlichkeiten vorhanden sind, um den Service zu erbringen bzw. die Anforderungen zu erfüllen.

2.4. Auf Kunden einwirkende Rahmenbedingungen werden berücksichtigt:

- Kriterien, die i.d.R. unbewusst wahrgenommen werden: z.B. Luftqualität, Geräuschpegel, Geruch und Sauberkeit
- Merkmale, die das Erscheinungsbild betreffen: z.B. Farbe, Größe, Materialien, Muster, Form, Stil, Layout, Komfort, Beschilderung
- Kennzeichen hinsichtlich der umgebenden Menschen: z.B. Anzahl, Auftreten, Verhalten

2.5. Es werden alle Maßnahmen eingeführt, um Abläufe und die notwendige Technik servicekompatibel zu machen.

Dabei wird überprüft, wie die Servicebereiche organisatorisch ein- oder anzugliedern sind.

2.6. Die Abläufe müssen so gestaltet sein, dass der Kunde seinen Service schnell und zuverlässig erhält. Es muss eine optimale Servicequalität sichergestellt sein. Falls nötig, müssen technische Grundlagen geschaffen werden, mit deren Hilfe die Erbringung des Service vereinfacht, verbessert oder verbilligt wird.

2.7. Es ist sichergestellt, dass die Ziele des Unternehmens durch die Serviceaktivitäten erreicht werden. Vor, während und nach der Ausführung des Services muss die Dienstleistung zum Unternehmenserfolg beitragen. Dabei spielt es keine Rolle, ob der

Prüfmethoden:

- Dokumentenprüfung (z.B. Verfahrensanweisungen, Rollen- und Aufgabenbeschreibungen)
- Audit vor Ort (z.B. Mitarbeitergespräche)
- Kundenbefragung (z.B. Erreichbarkeit, Wartezeiten)

Prüfmethoden:

- Audit vor Ort (z.B. Gestaltung der Beratungsräume)
- Kundenbefragung (z.B. Erscheinungsbild der Mitarbeiter, Warenpräsentation)

Prüfmethoden:

- Dokumentenprüfung (z.B. Organigramm)
- Audit vor Ort (z.B. Schnittstellenregelung, Maßnahmenpläne, Verfügbarkeit von Kundendaten im EDV-System)

Prüfmethoden:

- Dokumentenprüfung (z.B. Internetseite, Rückrufservice, Kontaktformulare)
- Audit vor Ort (z.B. EDV-Systeme, Mitarbeitergespräche)
- Mystery Analysen (z.B. Bestellvorgang)
- Kundenbefragung (z.B. Zuverlässigkeit)

Prüfmethoden:

- Dokumentenprüfung (z.B. Geschäftspolitik, Vision, Unternehmensziele)
- Audit vor Ort (z.B. Gespräche mit Vertrieb und After-Sales Service, Reklamationsmanagementabteilung)

Kriterien zur Zertifizierung

Service vor dem Verkauf des Produkts, während des Verkaufs oder nach dem Verkauf des Produkts erbracht wird.

- 2.8. Die Kunden werden offensiv über das Leistungsangebot informiert. Dabei stimmen die getroffenen Aussagen mit der Realität überein.

Prüfmethoden:

- Dokumentenprüfung (z.B. Werbematerialien, Internet)
- Kundenbefragung (z.B. Übereinstimmung der Kommunikation mit der Realität)
- Mystery Analysen (z.B. Einhaltung der Servicestandards)

- 2.9. Kunden haben die Möglichkeit, mit dem Unternehmen über verschiedene Kanäle Kontakt aufzunehmen und Rücksprache zu halten.

Prüfmethoden:

- Dokumentenprüfung (z.B. Werbematerialien, Kontaktmöglichkeiten im Internet)
- Kundenbefragung (z.B. Erreichbarkeit)
- Mystery Analysen (z.B. „Sind Sie beim ersten Versuch gleich durchgekommen?“)

3 Anforderungen an den Umgang mit Reklamationen

- 3.1. Reklamationen werden als informative Quelle zur Verbesserung der eigenen Leistungen anerkannt.

Prüfmethoden:

- Dokumentenprüfung (z.B. Serviceziele)
- Audit vor Ort (z.B. Maßnahmenpläne aus den Ergebnissen der Mystery Analysen und Kundenbefragung, Prozessbeschreibungen für Reklamationen)

- 3.2. Für den Umgang mit Reklamationen werden folgende Regeln berücksichtigt:

- Ein gegebenes Feedbackversprechen wird eingehalten.
- Der Reklamationsgrund wird erklärt.
- Informationen über die Kontaktmöglichkeiten werden mitgeteilt.
- Es stehen kompetente Mitarbeiter zur Verfügung.
- Bei Lösungsfindung erfolgt eine

Prüfmethoden:

- Dokumentenprüfung (z.B. Verfahren zum Umgang mit Reklamationen, Vorgaben für die Abwicklung sowie interne und externe Kommunikation, Auswertung, Maßnahmen)
- Audit vor Ort (z.B. EDV-Systeme, Reklamationsquote)
- Mystery Analysen (z.B. Bearbeitung, Freundlichkeit, Engagement der Mitarbeiter, Feedback, Kommunikation, Fachkompetenz, Alternativen)

Kriterien zur Zertifizierung

- unverzügliche Benachrichtigung.
- Der voraussichtliche Zeitpunkt der Problemlösung wird kommuniziert.
- Sollte die Angelegenheit nicht zeitnah zur Zufriedenheit des Kunden abgewickelt werden, werden die nächsten Handlungen mitgeteilt.
- Falls das Problem nicht gelöst werden kann, werden sinnvolle Alternativen vorgeschlagen.

3.3. Dem Kunden wird das Gefühl vermittelt, individuell betreut zu werden und keine Bearbeitungsnummer zu sein.

- Kundenbefragung (z.B. Entscheidungskompetenz und Kulanzverhalten bei Reklamationen)

Prüfmethoden:

- Kundenbefragung (z.B. Weiterempfehlungsquote, Informationsgüte)
- Mystery Analysen (z.B. Weiterempfehlungsquote, Informationsgüte)

4 Anforderungen an die Qualifikation der Mitarbeiter

4.1. Die Qualifikation der Mitarbeiter wird als entscheidende Voraussetzung für einen überdurchschnittlichen und zuverlässigen Service betrachtet.

Prüfmethoden:

- Dokumentenprüfung (z.B. Qualifikationsmatrix, Stellenbeschreibungen)
- Audit vor Ort (z.B. Personalakten, Mitarbeitergespräche)
- Kundenbefragung (z.B. Fachkompetenz)
- Mystery Analysen (z.B. Fachkompetenz, Ausbildung, Erfahrung)

4.2. Die Mitarbeiter, die direkt mit den Kunden in Verbindung stehen, müssen freundlich und geduldig, gründlich und schnell sowie fachlich und methodisch kompetent sein.

Sie werden bedarfsgerecht in unternehmenseigenen Serviceleistungen und -erwartungen der Kunden sowie in Fähigkeiten betreffend der Kommunikation, Lösungskreativität und Fachkompetenz geschult.

Prüfmethoden:

- Dokumentenprüfung (z.B. Leitfaden, Vision, Qualifikationsmatrix, Maßnahmenplan aus Kundenbefragung und Mystery Analysen)
- Audit vor Ort (z.B. Zielvereinbarungen, Schulungsbedarfsermittlung, Schulungspläne, Mitarbeiterfeedback)
- Kundenbefragung (z.B. Fachkompetenz, Gesprächsatmosphäre, Freundlichkeit)
- Mystery Analysen (z.B. Fachkompetenz, Gesprächsatmosphäre, Freundlichkeit)

4.3. Die Mitarbeiter, die im Hintergrund für die Serviceabwicklung verantwortlich

Prüfmethoden:

- Dokumentenprüfung (z.B. Organi-

ServiceQualität - Im Dienst des Kunden

Zertifizierung von Servicequalität & Kundenzufriedenheit

Kriterien zur Zertifizierung



Management Service

sind, müssen zuverlässig, qualitäts- und prozessbewusst handeln.

gramm, Stellenbeschreibungen, Schnittstellenregelungen, Zielvereinbarungen, interne Service-Level-Agreements)

- Audit vor Ort (z.B. Team- und interner Servicegedanke, Kompetenzen, Wechselwirkungsprozesse)