



performance design
Erfolgstuning für Unternehmensauftritte



Visiting Service 2004!

Studie zur Serviceorientierung des
Besuchermanagements in Unternehmen

Benchmarkingstudie



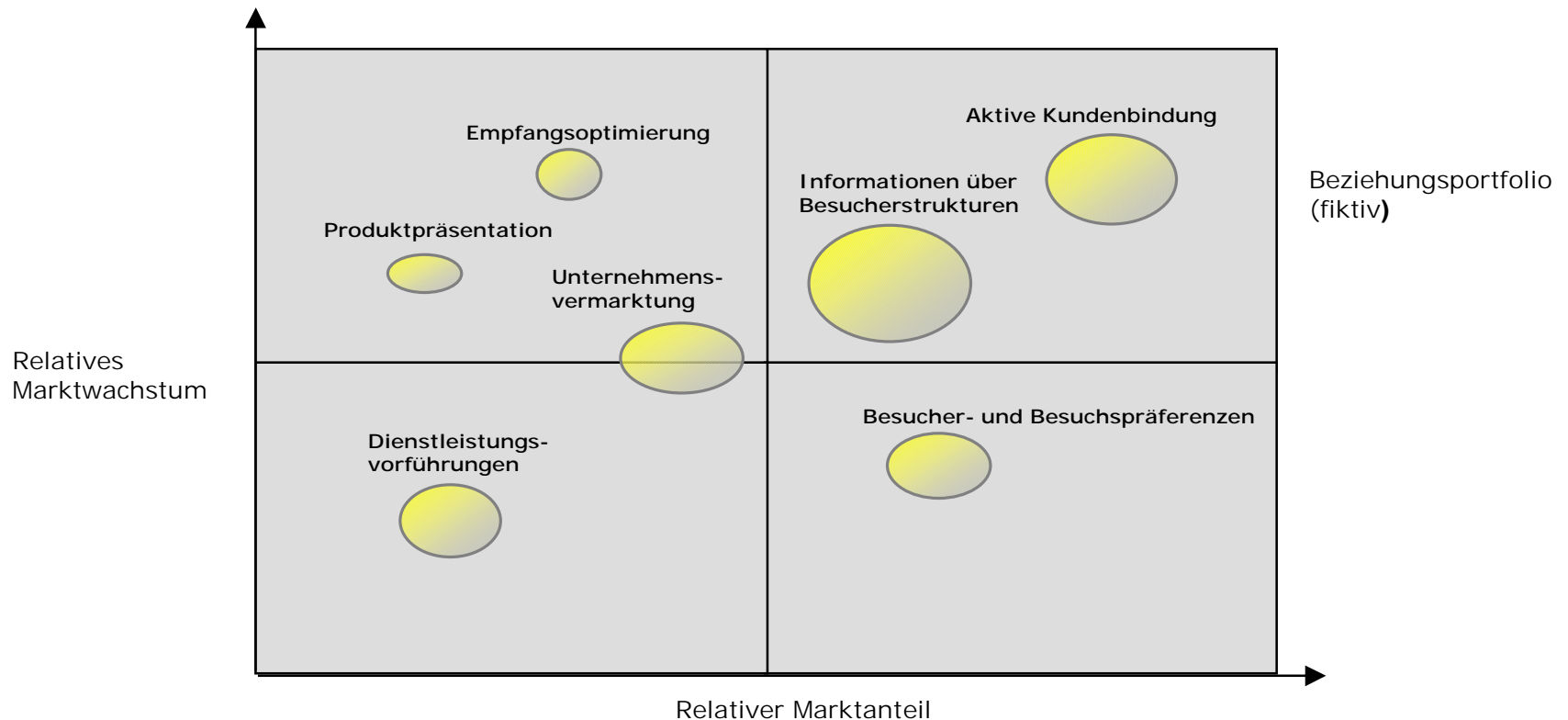
Inhaltsverzeichnis

- **Hintergrund**
- Ausgangssituation
- Einleitung
- Management Summary
- Design
- Untersuchung
- Resumee
- Ranking
- Ergebnisse



Beziehungseffekte

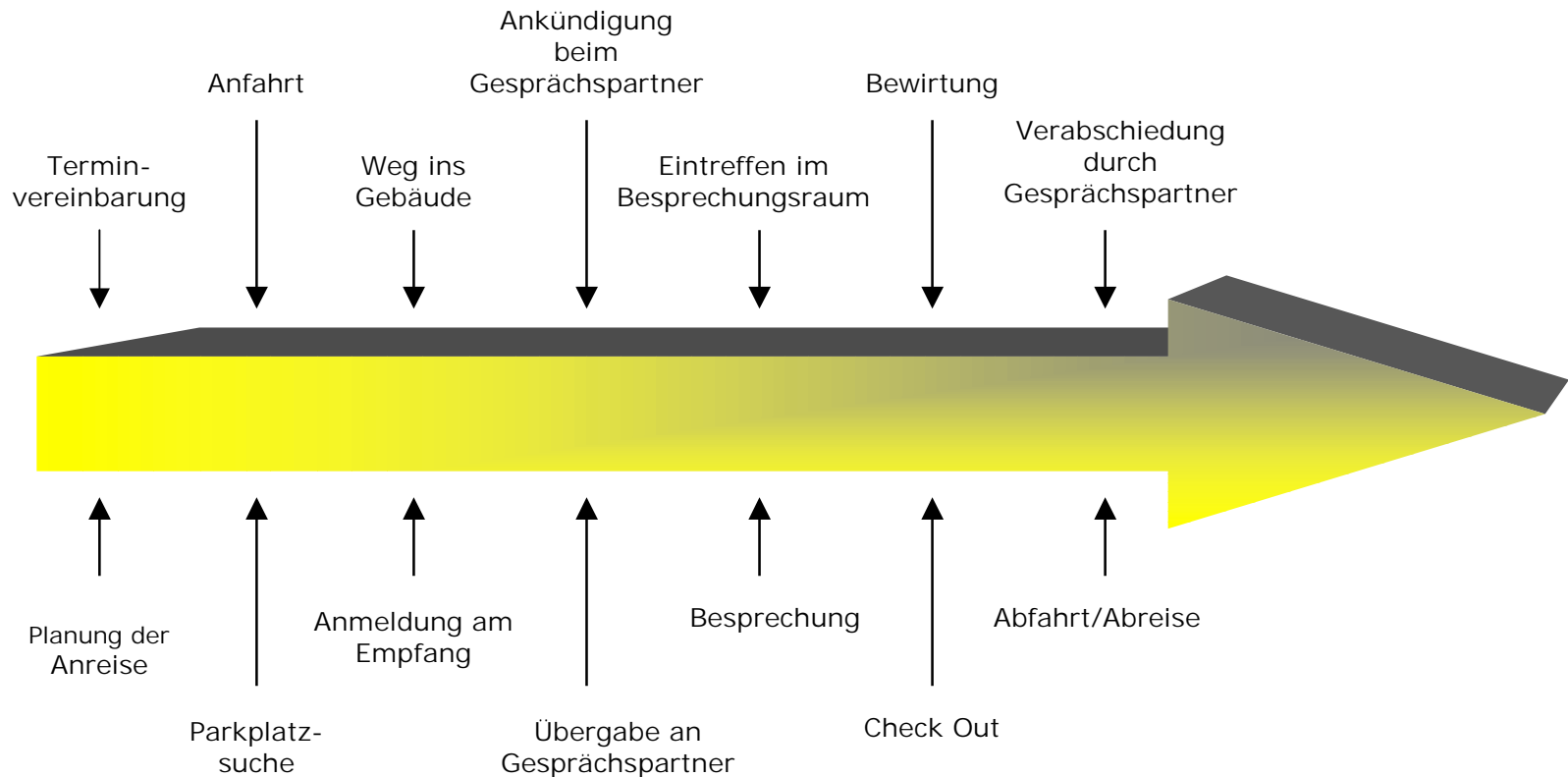
Durch den Aufbau erfolgreicher Besucherbeziehungen werden profitable Markteffekte geschaffen.





Der Ansatz

Die gesamte Besucherbetreuung muss einer professionellen Betrachtung unterzogen werden.





Gesamtbewertung

Ziel ist es Aussagen über die Relevanz von der Anreise bis zur Abreise aus Besuchersicht zu erhalten.

Zieldimension „Anreise“

- Welche Informationen erhält der Besucher zu seiner Anreise?
- Welche Parkplatzsituation findet der Besucher vor?
- Wie findet sich der Besucher auf dem Unternehmensgelände zurecht?

Zieldimension „Ankunft“

- Wie wird der Gast beim Eintreffen behandelt?
- Wie erfolgt der Transfer zum Gesprächspartner?
- Welche Situation findet der Gast am Empfangs- und Wartebereich vor?

Zieldimension „Aufenthalt“

- Wie besucherfreundlich ist die Besprechungssituation?
- Wie wird der Gast während seines Aufenthalts betreut?
- Welcher Bewirtungsservice wird dem Besucher geboten?

Zieldimension „Abreise“

- Wie erfolgt der Check-Out?
- Wie wird der Besucher verabschiedet?
- Wie kundenfreundlich ist die Abfahrtsituation?

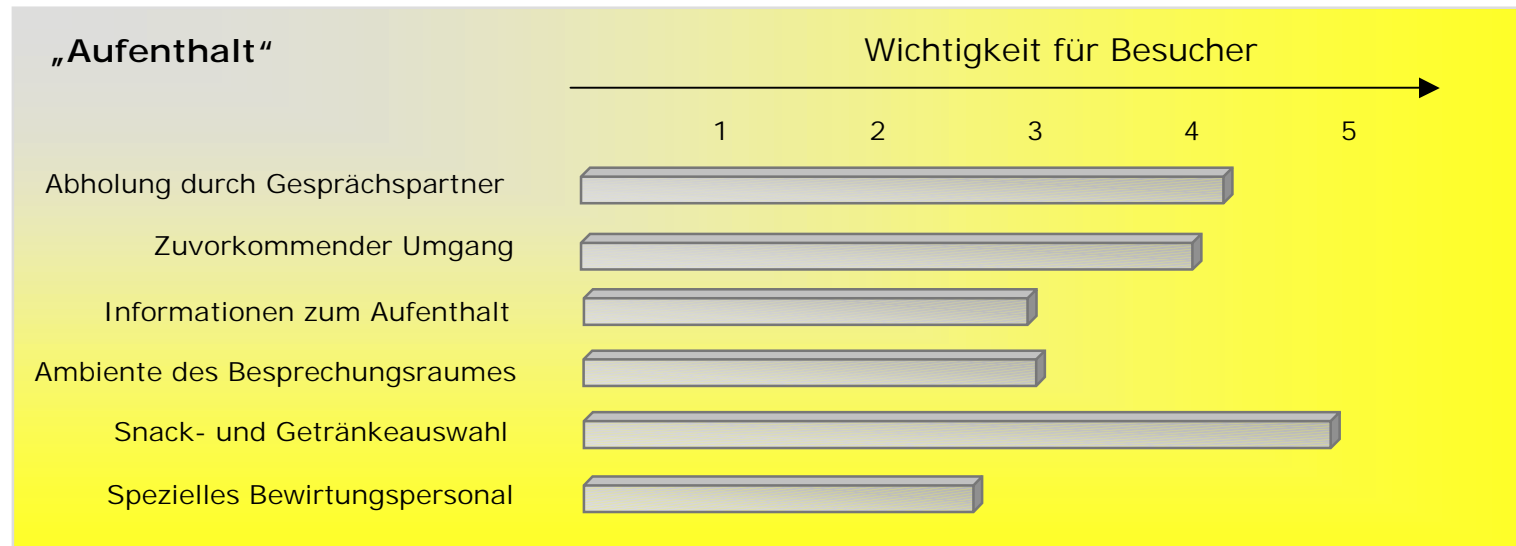


Um ein optimales Besuchsmanagement zu gestalten ist es wichtig, die genauen Besuchererwartungen zu erkennen!



Einzelbewertung

Besucher schätzen eine persönliche und gepflegte Atmosphäre.



Wichtigkeit: Sehr wichtig (5) – Sehr unwichtig (1)



Ein Verhalten, das auf exzellenten Umgangsformen basiert, wird als sehr angenehm gewürdigt.