

## AUTOMOBIL

### Verbesserung der Qualität in der Serviceerbringung

#### Aufgabenstellung

Ein KfZ-Dienstleister sieht sich nach Jahren der Monopolstellung plötzlich einem verschärften Wettbewerb in seinem Kerngeschäft ausgesetzt. Fachliche Stärken und die traditionelle Kompetenz des Unternehmens reichen nicht mehr aus bestehende Kunden weiter zuhalten um neue dazu zu gewinnen.

Der notwendige Veränderungsprozeß aufgrund der Marktbedingungen sowie der Anforderungen der modernen Kunden verlangen eine neue Ausrichtung in der Dienstleistung. Neben dem Portfolio der Kerndienstleistungen sollen vor allem Potentiale in denen Kunden- und Serviceprozessen entwickelt werden. Im Kundenservice in den lokalen Filialen des KfZ-Dienstleister sind zirka 150 bis 200 Mitarbeiter eingebunden.

#### Zielsetzung

Entwicklung eines mehrstufigen Konzeptes zur Verbesserung der Servicequalität in Kundenprozessen, unter Einbindung der Mitarbeiter in den qualitativen Veränderungsprozeß und Begleitung der Einführung in die Praxis.

#### Umsetzung

Analyse der kompletten Dienstleistungsprozesse

- Leistungen und Angebote
- Informationsprozesse und Kundenkommunikation
- After-Sales-Service und Kundenbetreuung

Workshops zur Entwicklung eines verbesserten Service-Designs

- Bestimmung der Serviceleistungen und Serviceangebote
- Definition der Kunden- und Serviceprozesse
- Vereinbarung der Service-Qualitäts-Parameter

Coaching bei der Einführung neuen Aufgaben in Dienstleistungsablauf

- Begleitung der Servicehandlungen
- Anpassungen des allgemein Serviceverhaltens

Controlling der Qualitätsfaktoren aus Kunden- und Mitarbeitersicht

- Feststellung der allgemeinen Serviceeffekte (qualitativ/quantitativ)
- Bewertung der spezifischen Kundenzufriedenheit (Kunden/Mitarbeiter)