

AUS DER PRAXIS FÜR DIE PRAXIS

ServiceQualität und Kundenkontaktpunkte

© Romolo Tavani - Fotolia.com



Adriaan A. Straten betreut seit 25 Jahren als Unternehmensberater Kommunen, Vereine und Kapitalgesellschaften. Strategische Ausrichtung, Vermarktung und Revitalisierung von bestehenden Golfanlagen sowie die Initialisierung von Golfprojekten sind dabei seine Schwerpunkte. Daneben ist er zertifizierter Qualitäts-Manager, Markenentwickler und Dozent an der Hochschule für angewandtes Management.

In unserer Reihe stellen wir Ihnen einzelne Themengebiete aus seiner praktischen Arbeit vor, getreu dem Motto „Aus der Praxis für die Praxis“.

Kontakt: straten@golfpilot.de

Über die Definition des Begriffs Qualität ranken sich viele Mythen, da die Definition vielen, die über Qualität sprechen, nicht geläufig ist und so kommt es vielfach zu Missinterpretationen.

Qualität ist, wenn die Preis-Leistungserwartung des Kunden erfüllt wird

Neben der Basisqualität, die jedes Produkt oder eine Dienstleistung zu bieten hat, besteht bei den Kunden eine Erwartungs- und Wunschqualität. Eine Aufgabe von Dienstleistern ist es, ihren Kunden ein Maß an Überraschungsqualität zu bieten.

In dieser Reihe bereits erschienen:

Ausgabe 5/13:
Greenfeepreispolitik

Ausgabe 6/13:
Greenkeeping-Kosten transparent darstellen

Ausgabe 1/14:
Pressearbeit verbessern

Kunden im positiven Sinne überraschen

Und noch etwas zum Thema ServiceQualität, wie erfüllen Sie mit Ihrem Golfbetrieb folgende Qualitätsdimensionen?

- Einfühlungsvermögen
- Leistungskompetenz
- Reaktionsfähigkeit
- Zuverlässigkeit
- Annehmlichkeit des Umfelds bzw. Ambiente

Schreiben Sie sich die Punkte auf und ergänzen Sie diese um Ihre individuellen Leistungen, die diese Eigenschaften bedienen. Schon sind Sie in einem Prozess, um Ihre ServiceQualität zu dokumentieren. Do-

In der nächsten Ausgabe lesen Sie:

Interessenten auf die Anlage bekommen

Mit Vorurteilen ein für alle Mal Schluss machen

kumentation bedeutet auch bewusst werden lassen.

Wenn Sie sich für Qualität interessieren, dann denken Sie bitte auch an die zahlreichen Kundenkontaktpunkte, von der Einfahrt über den Parkplatz, den Weg zur Rezeption, der Weg zur Caddyhalle, zur Driving Range, zum Abschlag 1 – all das sind Kundenkontaktpunkte, die über die Qualität Ihrer Golfanlage, Ihrer Führung, Ihrer Mitarbeiter und deren Identifikation mit ihrer Aufgabe und Ihrem Arbeitsplatz Auskunft geben.

Feel-Good-Management

Die Einführung von ServiceQualität auf Ihrer Golfanlage bietet die Gelegenheit, alle Mitarbeiter in den Prozess einzubinden. Dadurch erhöhen Sie die Identifikation der Mitarbeiter mit dem Unternehmen, da aktiv Prozesse mitgestaltet, beobachtet und nachjustiert werden.

Gemeinsam festlegen und umsetzen

Service-Abläufe gemeinsam gestalten und leben macht Spaß, hilft die Wirtschaftlichkeit zu optimieren und fördert den Dialog zu den Themen, die den Golfbetrieb betreffen. Ein standardisierter Ablauf, z.B. zum Beschwerdemanagement, gibt den Mitarbeitern eine verbindliche Orientierung und macht sicher im

Cart Care

Company GmbH

Hochwertige Golfcarts vom weltweit größten Hersteller

Umgang mit Kunden. Alle Mitarbeiter wissen, welche Abläufe auf der Golfanlage zur Erbringung des Services erforderlich sind und haben alle relevanten Serviceabläufe standardisiert, dokumentiert und an alle Beteiligten auf der Golfanlage kommuniziert. Das hilft zudem bei der Einarbeitung von neuen Mitarbeitern und stellt sicher, dass die Unternehmenskultur weiterlebt, auch wenn Mitarbeiter wechseln.

Kunden kennen und begeistern, durch die Einführung einer Vielzahl von Standards, die darauf abzielen, die Ansprüche der verschiedenen Kundengruppen zu befriedigen, kann einer der Standards sein, die in einem Unternehmen zu verstärkter Kundenloyalität, zur Kundenbindung beitragen. In einem zunehmend kompetitiverem Marktumfeld, in dem sich Golfanlagen in Ballungszentren wiederfinden, sicher ein Ansatz, um die Golfanlage zu positionieren. Brauchen Ihre Kunden beim Lesen Ihrer Aushänge für Turniere etc. eine Lesebrille, wenn ja, sind Brillen verlässlich vorhanden oder vergrößern Sie die Ausdrücke gleich so groß, dass die Brille nicht benötigt wird. Was ist mit den Scorekarten? Sind die Punktgrößen der Schriften nur geeignet für die Sehkraft von jungen Menschen?

Wie führen und motivieren Sie Ihre Mitarbeiter? Führen Sie jährlich eine Mitarbeiterbefragung durch, in der die Mitarbeiterzufriedenheit thematisiert wird und in der die Mitarbeiter Ideen zur Verbesserung äußern können. Erlaubt Ihre Unternehmenskultur, dass Ihre Mitarbeiter konstruktive Kritik äußern können?

Ebenso, wie wir auf den Golfanlagen unseren Kunden Aufmerksamkeit schenken, nehmen wir unsere Mitarbeiter und deren Bedürfnisse ernst und fördern ein Teamverständnis, zu dem sich alle Mitarbeiter und Vorgesetzten bekennen.

Kommunizieren Sie als Vorgesetzter klar und ziel führend, überprüfen und weiterentwickeln Sie regelmäßig die gesetzten Standards. So bekommen Sie ein Team, auf das Sie stolz sein können!

Adriaan A. Straten



ClubCar Golfcarts und Transportfahrzeuge

Düsseldorf • Hamburg • Nürnberg



Offizieller Club Car Distributor in Deutschland

Ihr Partner bei Kauf, Leasing, Miete und Service

NL Nord: Tel. +49 (0) 4101-37 48 394

NL West: Tel. +49 (0) 2104-50 66 937

NL Süd: Tel. +49 (0) 9181-51 22 660



www.cartcare.de • info@cartcare.de

