

„*Visiting Service!* Studie zur Service-Qualität der Besucherbetreuung“ – eine Bestandsaufnahme zur Serviceorientierung der Besucherbetreuung in deutschen Unternehmen.

Die Studie im Überblick

Durchführung: X [iks] Institut für Kommunikation und ServiceDesign®
Performance design – Erfolgstuning für Unternehmensauftritte

Ziel: Ermittlung der Serviceorientierung in der Betreuung von Unternehmensbesuchern durch die Untersuchung der Qualität vorhandener Betreuungsstrukturen und – prozesse.

Stichprobe: Zufällige Auswahl von 50 Unternehmen aus den TOP 500 der Deutschen Wirtschaft

Segmente: 21 % Industrie
36 % Produktion (Konsumgüter, Investitionsgüter)
43 % Dienstleistung

Methode: X [iks] PSI-Modell: prozeß-analytisches Meßverfahren, mit über 100 standardisierten, objektiv meßbaren Kriterien

Inhalte: Abbildung der „8-Phasen im Besucher-Management“: Anreise, Ankunft, Empfang, Betreuung, Übergabe, Besprechung, Verabschiedung, Abreise

Zeitraum: Herbst 2001 - Frühjahr 2002

Fazit: Es ist kein Gesamtkonzept für ein ganzheitliches Betreuungs-Management der Unternehmensbesucher erkennbar

Die einzelnen Phasen der existierenden Betreuungs-Kette sind nicht auf einander abgestimmt.

Es sind noch keine unternehmensweit einheitlichen Standards und Konventionen für den Umgang mit den Besuchern feststellbar.

Eine Systemunterstützung für die durchgängige Betreuung der Besucher ist vielfach nicht vorhanden.

Von vorhandenen Qualitäts-Konzepten zur Sicherung der Betreuungs-Leistungen kann nicht ausgegangen werden.