

Der Service-Check der Intercoiffure – eine Art Michelin-Test für Friseure

Intro:

In den Zeiten harten Wettbewerbs zählt vor allem eines beim Kunden: Zufriedenheit. Deshalb bietet die Intercoiffure Deutschland ihren Mitgliedern jedes Jahr einen Service-Check. Das Ergebnis sind professionelle, vergleichbare und aussagekräftige Momentaufnahmen.

Kultivierte Gastronomiegänger kennen die einschlägigen Werke: Michelin, Gault Millau, der Varta-Führer. Beim Kunden gelten die Gastro-Führer als Institution. Anonym sind kritische Restaurant-Tester unterwegs und bespitzeln nicht nur den Teller, sondern auch die Servicequalität. Deutschlands Spitzengastronomen werden unaufgefordert anonym besucht, das werden Intercoiffure-Mitglieder in Deutschland auch – allerdings geben sie es selbst in Auftrag. Sie wollen sich ganz bewusst „testen“ lassen, auch für die Öffentlichkeit aber vorderhand erst einmal für sich selbst.

Unzufriedene Kunden schrecken andere ab

Im immer härteren Wettbewerb zählt vor allem eines: die Zufriedenheit des Kunden. 96 Prozent aller unzufriedenen Kunden, so die Pauschalzahlen von Serviceprofis, beklagen sich nicht, richten aber ungeheuren Schaden an: Sie sind enttäuscht, sie erzählen ihren Unmut weiter, posten ihn in sozialen Netzwerken, wechseln den Anbieter und vergrätzen weitere Kunden. Das heißt aber auch, dass man selbst bestimmen kann, ob man sie zufrieden stellt oder nicht. Deshalb kommt es für Anbieter von Waren und Dienstleistungen darauf an, die Sicht des Kunden einzunehmen, um Defizite und Mängel festzustellen. Das kann man selbst machen oder machen lassen.

Geschulte Service-Checker

Für Intercoiffure Deutschland führt die Münchner Firma Intersearch in den Mitglieder-Salons anonyme Testbesuche durch. Natürlich sind derlei Qualitätschecks in der Branche beileibe nichts Neues. Einfache Testbögen gibt es schon als Vordrucke, Testbesuche durch Freunde sind vielerorts gang und gäbe. Der Intercoiffure-Service-Check ist von ganz anderer Qualität. Die meisten der üblichen Service-Inventoryn kranken an ein und demselben Fehler. Die Tester sind nicht geschult, die Abfragen sind meist nicht besonders detailliert oder aussagekräftig. Das ist beim Service-Check der Intercoiffure Deutschland anders. Es handelt sich um:

- professionell aufbereitete, unternehmensspezifische Fragebögen,
- es werden geschulte Service-Checker eingesetzt, die nach Rollenvorgaben anonyme Checks durchführen,
- diese Tester erstellen aussagekräftige, übersichtliche Reports und einen detaillierten Erfahrungsbericht,
- der Kunde bekommt eine schnelle, übersichtliche Auswertung, die mit Vorperioden oder Kollegen vergleichbar ist.

Tests auf vergleichbarem Niveau

Das ist einer der wesentlichen Vorteile einer zentral durchgeführten Test-Reihe. Wenn sie auf einem vordefinierten Niveau stattfindet, wird sie vergleichbar. Der Teilnehmer kann den Service-Check mit bereits stattgefundenen vergleichen und so überprüfen, ob Maßnahmen zur Abhilfe von Mängeln gewirkt haben und kann sich im Benchmark mit Kollegen vergleichen. Innerhalb der Intercoiffure Deutschland gibt es deshalb jedes Jahr neben der Feststellung der Einzelberichte auch eine abschließende Tabelle, die die 30 besten Salons listet.



Was wird geprüft:

Die Tester überprüfen nach festgelegtem Raster:

- die Einrichtung,
- die Warenpräsentation,
- die Greetings (Begrüßung und Verabschiedung),
- den Service (Bedienabläufe)
- die Kundenbindung (Zusatzverkäufe).

Anschließend geben sie ihre Auswertung in einen Laptop ein und schreiben einen ausführlichen Report dazu, der ihre Eindrücke nochmals mit eigenen Worten zusammenfasst. Der Kunde bekommt zeitnah die ausführliche Auswertung mit Statistikbögen und Report sowie dem Abschlussurteil, das im positivsten Fall den Smiley in der Kategorie „Vollkommen zufrieden“ zeigt. Der Service-Check „unterstützt“ die Eigenmotivation der Mitarbeiter. Die wissen nämlich nur eines: 1. Irgendwann kommt einer. Und 2. Es kann jeder Neukunde sein.