

Serviceconcept

De Deelnemers(s) en haar klanten rekenen op snelle en hoge kwaliteit van service zonder dat zij daar tijd en moeite in hoeven te stoppen. Ze gaan ervan uit dat men begrijpt waar hun behoefte ligt en dat daar precies op ingespeeld wordt. Om iedereen daarin scherp te houden en te blijven ontwikkelen, is het Serviceconcept ontwikkeld. Ook (de medewerkers van) leveranciers bepalen mede hoe de klanten de dienstverlening ervaren. Daarom is het belangrijk dat leveranciers aansluiten bij het Serviceconcept.

Waarom een Serviceconcept?

De wereld om ons heen verandert in een razend tempo. Voor ons als dienstverleners is het van belang om met trends en innovaties mee te bewegen. Het serviceniveau van dienstverleners als Coolblue en Thuisbezorgd bepalen immers het verwachtingspatroon van klanten. Het doel van het Serviceconcept is een optimale klantbeleving te realiseren – of de klant nu te maken heeft met een medewerker of van een van zijn leveranciers.

Wat is het Serviceconcept?

Het Serviceconcept is gebaseerd op de vier P's: people, place, product en process. Ons menselijk gedrag (people), de inrichting en verzorging van de panden (place), de kwaliteit van onze producten en diensten (product) en onze werkwijze (process) bepalen samen hoe onze klanten hun werkomgeving beleven. Met de dienstverlening willen we bereiken dat klanten zich goed voelen in hun werkomgeving. Een gastvrije houding is daartoe de sleutel. Met de vier kernwaarden **enthousiasme, eigenaarschap, samen** en **herkenbaarheid** geven de Deelnemers (en haar klanten) invulling aan die gastvrije houding.

De rol van leveranciers

Externe leveranciers of ketenpartners leveren veel producten of diensten. De klanten maken dat onderscheid niet: voor hen is alle facilitaire dienstverlening afkomstig van de facilitair serviceverlener. Daarom vragen we van leveranciers dat zij het gedachtengoed van het Serviceconcept onderschrijven. Door aan te sluiten bij het Serviceconcept of door een eigen gastvrijheidsprogramma. Dit biedt leveranciers een kans om zich te onderscheiden.