

# Qualitäts- und Leistungssteigerung in der Touristikorganisation

- Vertriebs-, Kunden- und Serviceorientierung verbessern
- Entwicklungs-, Veränderungs- und Organisationsprojekte managen
- Effizienz und Effektivität in Abwicklungsprozessen steigern

**memco**  
Workshops

## Große Herausforderungen

Das Management von Touristik- und Freizeitorganisationen steht vor großen Herausforderungen:

- sich rapide wandelnde Märkte und Umfeldbedingungen führen zu ausgeprägten Bedarfs- und Wettbewerbsentwicklungen,
- höher werdende Kundenanforderungen machen eine bessere Leistungs- und Servicequalität erforderlich,
- sich rasant entwickelnde Technologien schaffen neue Möglichkeiten,
- enge finanzielle Spielräume verlangen nach unkonventionelle Ansätze und Lösungen.

## Kundenferne und Organisations-Defizite

Bei der Analyse, inwieweit eine Touristikorganisation den genannten Herausforderungen gewachsen ist, wird oft ein signifikantes Defizit erkennbar: **Es fehlt eine wirklich gute und durchgängige Kunden- und Serviceorientierung.**



Was die Bedürfnisse der Touristik-Kunden genau sind, wie sich die Anforderungen verändern und vor allem wie man den Bedürfnisse und Anforderungen positiv entgegenkommt und richtig mit ihnen umgeht - das scheinen Mitarbeiter auf Basis jahrzehntelanger Erfahrung entweder vergessen zu haben oder aber besser zu wissen als die Kunden selbst. Das Ergebnis ist in vielen Fällen eine Lücke zwischen Anspruch oder Bedarf und dem heutigen Leistungsangebot.

**In vielen Touristikorganisationen ist auch eine zunehmende "Arbeits- und Organisationsspannung" feststellbar.** Die Anzahl der Ideen, wie den Herausforderungen begegnet werden kann, nimmt sprunghaft zu. Neue, komplexe Projekte entstehen zusätzlich zu bereits in Bearbeitung befindlichen

Aufgaben. Vorhandene Abläufe passen nicht mehr zu den Anforderungen und müssen eigentlich auf den neuesten Stand gebracht werden. Die Konsequenzen sind oftmals sinkende Arbeitsqualität und Aufgaben-Verzettelung. Der Ruf nach Gesamtplanung und effektivem Einsatz der vorhandenen Mitarbeiter-Ressourcen wird lauter.

Die normale Reaktion auf erkannte Defizite ist: „Jeder muss besser werden und sich mehr anstrengen“. **Das hat seine Grenzen. Denn viele Mitarbeiter arbeiten bereits an der Fach- und Leistungsgrenze.**

## Hohe Dienstleistungs- und Service-Qualität notwendig

Im Touristikgeschäft wird zunehmend das erforderlich, was im Industrie- und Dienstleistungsgeschäft heute schon normal ist: die **Entwicklung eines Qualitätsbewusstseins bei den Mitarbeitern, das Erzeugen von Qualität und eine effektive Leistungserstellung.**

Kunden beurteilen die Qualität und Leistung einer Touristikorganisation anhand dieser Kriterien:

- Trifft das Leistungsangebot die Beschreibungen, Bedürfnisse und Anforderungen?
- Werden Leistungsversprechen eingehalten?
- Stimmt das Preis/Leistungsverhältnis?

Im positiven Fall sagen Kunden „Qualität und Leistung stimmt“, „ich bin zufrieden“ oder „das Preis/Leistungsverhältnis stimmt“.

Nicht wenige Kunden wollen zudem mit „Neuem“, „Perfektion“, „Außergewöhnlichem“, „Individualität“ und „Besonderem Erlebnis“ umgarnt werden. Gelingt das, sagen Kunden: „Ich bin positiv überrascht!“, „Das war super!“, „Ich komme auf jeden Fall wieder“ oder auch nur „Perfekt!“. Sie merken sich das ein Leben lang und betreiben automatisch das so unendlich wichtige Viralmarketing (Verbreitung von Empfehlungen über soziale Netzwerke). **Es muss das Ziel jeder Touristikorganisation sein, diesen Zustand zu erreichen.**

**Qualitäts- und Leistungssteigerung: Was kann das Management tun?**

Qualität ist der Grad, in welchem Maße eine Leistung den bestehenden Anforderungen entspricht.

Qualität ist nicht primär eine Frage des Qualitätsmanagement-Systems und schon gar nicht gekoppelt an ein Qualitätszertifikat.

Wie in allen anderen Unternehmen gilt auch in Touristikorganisationen der Grundsatz: **Qualität und Leistung kosten nichts extra, sie müssen allerdings als Ziel gesetzt und entsprechend organisiert werden. Mitarbeiter-Fähigkeiten sind entsprechend zu entwickeln.**

Die Basis für Qualität und Leistung wird geschaffen, indem ..

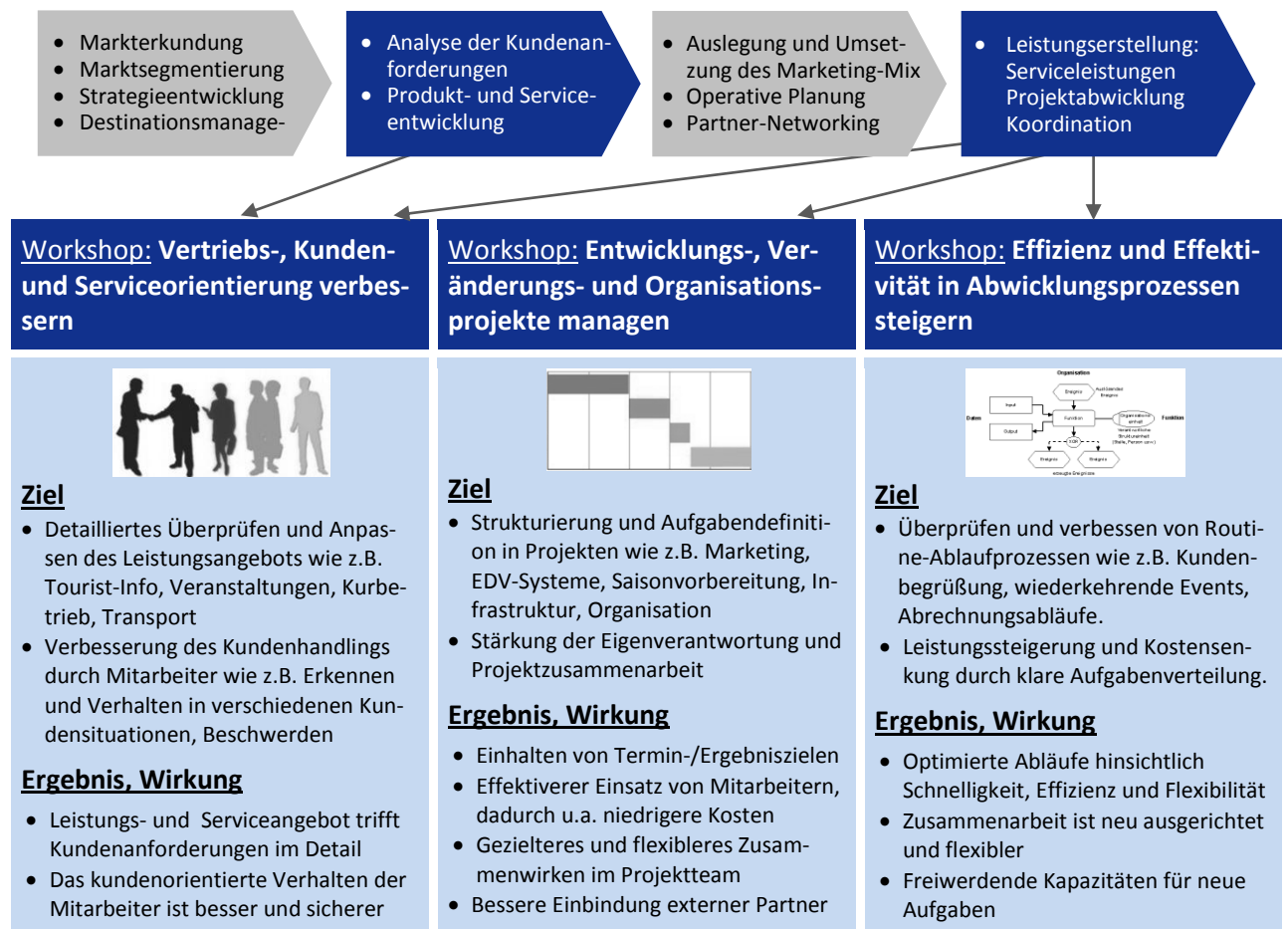
- Touristikangebote stetig und konsequent an Kundenwünsche angepasst werden,
- Aufbau- und Veränderungsprojekte professioneller bearbeitet werden und die geplanten Ziele erreichen,
- interne und kundenorientierte Leistungsprozesse effektiv und effizient organisiert werden.

Im Dienstleistungsgeschäft gilt: Qualität und Leistung ist nicht lagerbar, sondern muss zu jeder Sekunde neu bewiesen bzw. erstellen werden.

**Mitarbeiter-Workshops für Ihre Organisation**

memco Mempel Management Consulting bietet Ihrer Organisation diese Leistungen an:

Kernaufgaben in der Touristikorganisation:



**memco Mempel Management Consulting** leistet umsetzungsnahe Beratung und Management-Entwicklung für Industrie-, Handels- und Dienstleistungsfirmen an. Ziel ist, die Wettbewerbsposition der Klienten durch Formulierung und Umsetzung zukunftsfähiger Geschäfts- und Organisationsstrategien zu stärken, Arbeitsprozesse effektiver und effizienter zu machen und Mitarbeiterfähigkeiten zu entwickeln. **Wir verstehen unsere Leistung für Touristikorganisationen als Symbiose von Fach-**

**und Prozessberatung:** Bereitstellung von Fach-Expertise, Organisation von Veränderungsprozessen und Training.

**Dipl.-Wirtschaftsingenieur Günter Mempel** ist seit 1989 als Berater tätig. Zusätzlich zu den Inhouse-Projekten und -Workshops leitet er Seminare und Kurse für das VDI-Wissensforum Düsseldorf, die FOM Fachhochschule für Oekonomie und Management Frankfurt und die Universität Magdeburg.

## Die Vertriebs-, Kunden- und Serviceorientierung verbessern

Kunden- und Servicemanagement

### Zielsetzungen

Etablierung des vertriebs-, kunden- und serviceorientierten Handelns

Bearbeitung konkreter Kundensituationen in den Bereichen Tourist-Info, Veranstaltungen, Kurbetrieb, Transport u.a. (Problemlösung, Konzeptfindung)

Erkennen der Situation, Herstellen der Kundenzufriedenheit.

Stärkung der in/externen Zusammenarbeit.

### Inhalte

1. Erfassung der kritischen Situationen und Problemsituationen heute
2. Kunden- und Serviceorientierung im Touristik-Bereich: Kundenerwartungen, Kundenbedürfnisse, Kundenzufriedenheit, Kundenmotive, was Kunden wertvoll finden
3. Kundenbedarfe in den ausgewählten Bereichen erkennen und strukturieren
4. Was ist kundenorientiertes Verhalten?
5. Umgang mit Kundenbeschwerden, Einwänden, Fragen und Konflikten
6. Ableitung von Handlungsweisen. Problemlösungsansätzen und Abläufen für kunden- und serviceorientiertes Verhalten in den ausgewählten Praxisfällen.
7. Was Kunden- und Serviceorientierung für die Einzelarbeit und Zusammenarbeit (intern und extern) bedeutet
8. Definitionen und Umsetzung der in- und externen Zusammenarbeit
9. Festlegung des Maßnahmen-Fahrplans zur Verbesserung in den gewählten Praxis-situationen und der weiteren Umsetzung

Im Workshop startet die Umsetzung der kundenorientierten Verhaltensweisen.

## Entwicklungs-, Veränderungs- u. Organisationsprojekte managen

Projektmanagement

### Zielsetzungen

Etablierung der Methoden und Organisationsweisen des Projektmanagements für Projekte wie z.B. Marketing, Systementwicklung, Destinationsentwicklung, Infrastrukturausbau, sich wiederholende Saisonprojekte etc.

Aufgabendefinition und -planung, Stärkung der Eigenverantwortung und Projektzusammenarbeit.

### Inhalte

1. Erfassung der kritischen Situationen und Problemsituationen heute
2. Grundlagen Projektmanagement, Projekte
3. Projekte definieren, Projektplanung, Arbeitsteilung, Aufgabenverständnis
4. Planung von zwei Praxisprojekten
5. Projektorganisation: Wer übernimmt welche Aufgaben?
6. Festlegung der Projektorganisation in Praxisprojekten: Projektleitung, Projektteam
7. Projektarbeiten zum Ziel steuern: Kommunikation und Zusammenarbeit im Projekt
8. Einsatz von Software-Werkzeugen für die Projektplanung
9. Umgang mit externen Dienstleistern und Projektpartnern
10. Festlegung des Projektmanagements und der Aktivitäten in gewählten Projekten

Im Workshop beginnt die Umsetzung der Projektarbeit.

## Die Effizienz und Effektivität in Abwicklungsprozessen steigern

Prozessmanagement

### Zielsetzungen

Fundamentales Überdenken und Anpassen von zwei ausgewählten Abwicklungsprozessen mit dem Ziel, Kostensituation, Qualität, Service und Geschwindigkeit entscheidend zu verbessern.

Betrachtung von Abläufen wie z.B. tägliche, kundenbezogene Serviceaktivitäten, kontinuierliche Werbung und Kommunikation, Kooperation mit Leistungsträgern etc.

### Inhalte

1. Erfassung der kritischen Situationen und Problemsituationen heute
2. Definition und Abgrenzung gewählten Abläufe
3. Analyse der Ablaufstärken und -defizite: Arbeiten geringer Wertschöpfung, Schnittstellen-Probleme, fragmentierte Aufgaben, Wartezeiten
4. Erkennen der Verbesserungspotentiale, Maßnahmen zur Behebung von Ablaufbarrieren und zur Effizienzsteigerung
5. Möglichkeiten der Ablaufgestaltung, Entwicklung des Soll-Abläufe, Setzen operationeller Ziele
6. Organisation der Ablaufverantwortung und der Zusammenarbeit im Ablauf
7. Formulierung der Anforderungen an die interne Unterstützung: Management, internes Umfeld, DV-Systeme, Schnittstellen
8. Festlegung der Realisierungswege für die neuen Abläufe

Im Workshop beginnt die Neugestaltung der Abläufe.

**ANGEBOTSDetails** **Fachliche Leistung:** Workshop-Organisation und -Durchführung, Fachbeiträge, spezifische Fallbearbeitung, schriftliche Ergebnisdokumentation, evtl. Übertragung der Ergebnisse auf Softwaresysteme, max. 12 Teilnehmer (auch organisationsübergreifend). **Vorgehen:** Tel. Abstimmung der Inhalte und des Programms, Zwei-Tages-Workshop Vor-Ort, Dokumentation. **Honorar:** Nach Absprache inkl. Handbücher, Reise- und Nebenkosten.