

To-Uyen Nguyen

Die Gewährleistung von
Kundenzufriedenheit durch die
Service-Umgebung. Praktische Umsetzung
am Beispiel eines Restaurants

Bachelorarbeit

BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen
und kostenlos publizieren



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Impressum:

Copyright © 2020 GRIN Verlag
ISBN: 9783346295002

Dieses Buch bei GRIN:

<https://www.grin.com/document/952194>

To-Uyen Nguyen

Die Gewährleistung von Kundenzufriedenheit durch die Service-Umgebung. Praktische Umsetzung am Beispiel eines Restaurants

GRIN - Your knowledge has value

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite www.grin.com ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

Besuchen Sie uns im Internet:

<http://www.grin.com/>

<http://www.facebook.com/grincom>

http://www.twitter.com/grin_com

BACHELORARBEIT

Im Studiengang Wirtschaftsinformatik

Service Encounter (Service Umgebung)

Grundlagen, Besonderheiten, Methoden, Instrumente

Abgabedatum:

03. August 2020

Studentin:

To-Uyen Nguyen

Inhaltsverzeichnis

ABBILDUNGSVERZEICHNIS	IV
TABELLENVERZEICHNIS	V
KAPITEL 1 EINLEITUNG	1
1.1 AUSGANGSSITUATION UND BETRACHTUNGSRAHMEN	1
1.2 ZIELSETZUNG	3
1.3 AUFBAU DER ARBEIT	4
KAPITEL 2 GRUNDLAGEN UND HISTORIE	5
2.1 SERVICE ENCOUNTER	6
2.1.1 Grundgedanke und Definition	6
2.1.2 Ausprägungen	8
2.1.3 Die Rolle der Technologie	9
2.2 SERVICE ENCOUNTER TRIAD	10
2.1.1 Die Service Organisation	12
2.1.2 Das Kontaktpersonal	14
2.1.3 Der Kunde	18
2.3 KUNDENZUFRIEDENHEIT	20
2.4 SERVICE PROFIT CHAIN	21
KAPITEL 3 SERVICE UMGEBUNG	23
3.1 BEGRIFF UND ERSCHEINUNGSFORMEN	24
3.2 TYPOLOGIE VON DIENSTLEISTUNGSORGANISATIONEN	26
3.3 STRATEGISCHE ROLLE	28
3.4 DAS UMWELTWIRKUNGSMODELL	30
3.4.1 Umgebungsdimensionen	31
3.4.2 Holistische Umgebung	32
3.4.3 Interne Beeinflussungsfaktoren	33
3.4.4 Interne Reaktionen	34
3.4.5 Internes Verhalten	36

3.5 WEITERE DIMENSIONEN	38
3.5.1 Konzeptualisierung der Dienstleistungsumgebung nach Baker et. al	38
3.5.1 Konzeptualisierung der Dienstleistungsumgebung nach Reimer	39
 KAPITEL 4 METHODEN UND INSTRUMENTE ZUR VERBESSERUNG DER SERVICE UMGEBUNG	 41
4.1. DIE GESTALTUNG DER UMGEBUNGSBEDINGUNGEN	42
4.1.1 Der Einsatz von Musik zur Erhöhung von Stimmung und Motivation	42
4.1.2 Ideale Temperaturgestaltung	44
4.1.3 Gute Luftqualität	44
4.1.4 Störfaktor Lärm	45
4.1.5 Die Wirkung von Farbe und Licht	46
4.1.6 Die Wahrnehmung von Gerüchen	49
4.2. DIE GESTALTUNG DER RÄUMLICHEN ANORDNUNG	50
4.2.1 Der Eingangsbereich	51
4.2.2 Die Küche	51
4.2.3 Lagerraum	52
4.2.4 Aufenthaltsraum	52
4.2.5 Gästetoilette	54
4.2.6 Speisesaal	55
4.3. DIE NOTWENDIGKEIT EINES SERVICEORIENTIERTEN DENKENS	57
4.3.1 Critical Incident Technique	57
4.3.2 Photographic Blueprint	60
4.3.3 Experiments	60
 KAPITEL 5 AUSBLICK UND WÜRDIGUNG	 61
 LITERATURVERZEICHNIS	 63
ANHANG	67

Abbildungsverzeichnis

ABBILDUNG 1-1 DIE ENTWICKLUNG DER WERTSCHÖPFUNG IM GÜTERKONSUM.....	2
ABBILDUNG 2-1 SERVICE ENCOUNTER TRIAD	10
ABBILDUNG 2-2 DAS UMGEKEHRTE T	13
ABBILDUNG 2-3 KANO-MODELL DER KUNDENZUFRIEDENHEIT.....	20
ABBILDUNG 2-4 DIE SERVICE PROFIT CHAIN NACH HESKETT ET. AL	22
ABBILDUNG 3-1 UMWELTWIRKUNGSMODELL NACH BITNER.....	30
ABBILDUNG 3-2 DIMENSION DER DIENSTLEISTUNGSUMGEBUNG NACH BAKER ET AL. (2002)	38
ABBILDUNG 3-3 INHALTE DES DIENSTLEISTUNGSDESIGN NACH REIMER (2004).....	39