

Caracteristicile și componentele de calitate ale serviciilor

Autor:
Prof. dr. Singureanu Nicoleta
Colegiul Economic "Hermes", sector 2, București

Calitatea serviciilor exprimă măsura în care un serviciu satisface cerințele consumatorilor. Pentru a stabili gradul de satisfacere a cerințelor clienților, aceste cerințe trebuie identificate și definite prin intermediul caracteristicilor și componentelor serviciilor. Astfel, considerând că rolul cheie în definirea calității serviciilor revine clientului, calitatea serviciilor trebuie privită prin prisma trăsăturilor definitorii ale serviciilor, a elementelor tangibile și intangibile ale serviciului, din cel puțin două puncte de vedere:

- ✓ Calitatea prestării serviciului percepută de client;
- ✓ Calitatea proceselor serviciului efectuat de organizația prestatoare.

Pornind de la aceste puncte de vedere, caracteristicile și componentele calității serviciilor sunt:

- a) calitatea prestării serviciului;
- b) disponibilitatea serviciului;
- c) accesibilitatea serviciului;
- d) calitatea relației cu prestatorul;
- e) calitatea informațiilor și sugestiilor oferite clientului;
- f) siguranța și confidențialitatea în asigurarea serviciului clientului;
- g) calitatea susținerii satisfacției clientului.

Economistul Gronroos arată că evaluarea calității serviciilor, pe baza caracteristicilor, depinde de "coordonatele spațiale și temporale concrete ale fiecărui serviciu".

a) Calitatea prestării serviciului

Prestarea cât mai corectă a serviciului prin onorarea promisiunilor și execuția impecabilă a proceselor ce compun un serviciu sunt determinate de condițiile desfășurării serviciului. Aceste condiții se referă în special la: calitatea resursei umane, respectiv pregătirea și competența profesională a prestatorului, gradul de performanță a echipamentelor și a altor resurse materiale necesare prestării serviciului, coordonatele spațiale și temporare ale desfășurării serviciului, ambianța creată de armonizarea factorilor de natură umană și materială.

Standardele internaționale din familia ISO 9000: 2015 recomandă utilizarea unor proceduri scrise, în ceea ce privește desfășurarea tuturor proceselor ce alcătuiesc un serviciu, precum și selectarea, instruirea și motivarea corespunzătoare a prestatorului, factorul uman fiind deosebit de important pentru prestarea unui serviciu de calitate.

b) Disponibilitatea serviciului

Această caracteristică se referă la manifestarea unei responsabilități maxime din partea prestatorului în ceea ce privește: oferirea cu promptitudine a serviciului, operativitatea în desfășurarea proceselor ce alcătuiesc n serviciu, eliminarea timpilor ”morți” și asigurarea continuității serviciului la nivelul standardelor declarate, respectarea termenelor de execuție a diferitelor procese etc. Disponibilitatea serviciului este asigurată printr-o bună organizare, coordonare, monitorizare și un control permanent al derulării proceselor ce alcătuiesc serviciul.

Exemplu: disponibilitatea unui serviciu turistic presupune corelarea și asigurarea calității serviciilor de transport, serviciilor hoteliere și serviciilor de alimentație publică oferite clientului, în cazul unui sejur complet.

c) Accesibilitatea serviciului

Calitatea accesului la serviciu este dată de posibilitatea oferită clientului de a contacta mai rapid prestatorul, complexitatea formalităților care trebuie încheiate

pentru ca serviciul să fie disponibil, timpul de așteptare al clientului pentru prestarea serviciului.

Exemplu: posibilitatea clientului de a contacta telefonic prestatorul, posibilitatea unei programări anticipate, a rezervării unor locuri, posibilitatea aflării unor informații utile despre servicii suplimentare necesare desfășurării serviciului de bază solicitat.

d) Calitatea relației cu prestatorul

În cazul serviciilor, prestatorul are rolul determinant în asigurarea calității serviciului prin capacitatea sa de a-și demonstra competențele profesionale în relație cu clientul și de a contribui la construirea unei ambianțe plăcute în timpul prestării serviciului. Astfel, în relația cu clientul, prestatorul trebuie să manifeste: amabilitate, politețe, respect, cinste, considerație și prietenie pentru a genera încredere. Percepția clientului asupra serviciului este influențată uneori hotărâtor de calitatea relației prestator / client.

Exemplu: este cazul serviciilor în care ponderea prestatorului este mai mare decât a echipamentelor folosite în derularea serviciului: serviciile de învățământ, sănătate, juridice, servicii de alimentație publică etc.

e) Calitatea informațiilor și sugestiilor oferite clientului

Această caracteristică rezultă tot din calitatea relației client / prestator, dar este necesar să fie subliniată separat pentru că se referă la: informarea consumatorului prin utilizarea unui limbaj adecvat adaptat diferitelor segmente de consumatori. Informarea clientului urmărește: explicarea conținutului serviciului, explicarea avantajelor rezultate din raportul tarife / calitate, efectuarea unor recomandări în ceea ce privește variantele de servicii oferite și combinațiile acestora, evidențierea calității serviciului propus spre prestare prin comparație cu serviciile oferite de concurență, convingerea clientului pentru a opta pentru o anumită categorie de serviciu.

f) Siguranța și confidențialitatea în asigurarea serviciului clientului

Este foarte important ca prestatorul și condițiile materiale pe care le implică serviciul să asigure siguranță fizică și financiară clientului. Siguranța fizică se referă la eliminarea tuturor pericolelor și riscurilor posibile care vizează viața și sănătatea consumatorilor precum și eliminarea incertitudinilor (îndoielilor clientului) privind derularea serviciului. Siguranța financiară se referă la eliminarea riscului pentru client de a fi plătit un serviciu care nu se ridică la nivelul așteptărilor sale.

Exemplu: serviciile oferite copiilor prin jocurile din parcurile de distracții sau serviciile medicale etc.

Totodată, prestatorul, la solicitarea clientului, trebuie să asigure confidențialitate în ceea ce privește opțiunea clientului pentru utilizarea unui anumit serviciu.

Exemplu: serviciile financiare, serviciile juridice, medicale etc.

g) Calitatea susținerii satisfacției clientului

Această componentă se referă la: identificarea și îmbunătățirea calității tuturor proceselor care compun un serviciu, și în special, a celor tangibile și direct observabile de către client, activități de prospectare a pieței pentru a identifica cerințele clienților referitoare la serviciile cele mai solicitate, identificarea măsurilor pentru creșterea credibilității clienților, în serviciu, în scopul fidelizării clientelei.

Exemplu: spațiile oferite pentru desfășurarea serviciilor hoteliere trebuie să fie cât mai confortabile, personalul trebuie să aibă o ținută vestimentară și comportamentală corespunzătoare, echipamentele puse la dispoziția clientului să fie cât mai performante și cât mai ușor de utilizat etc.