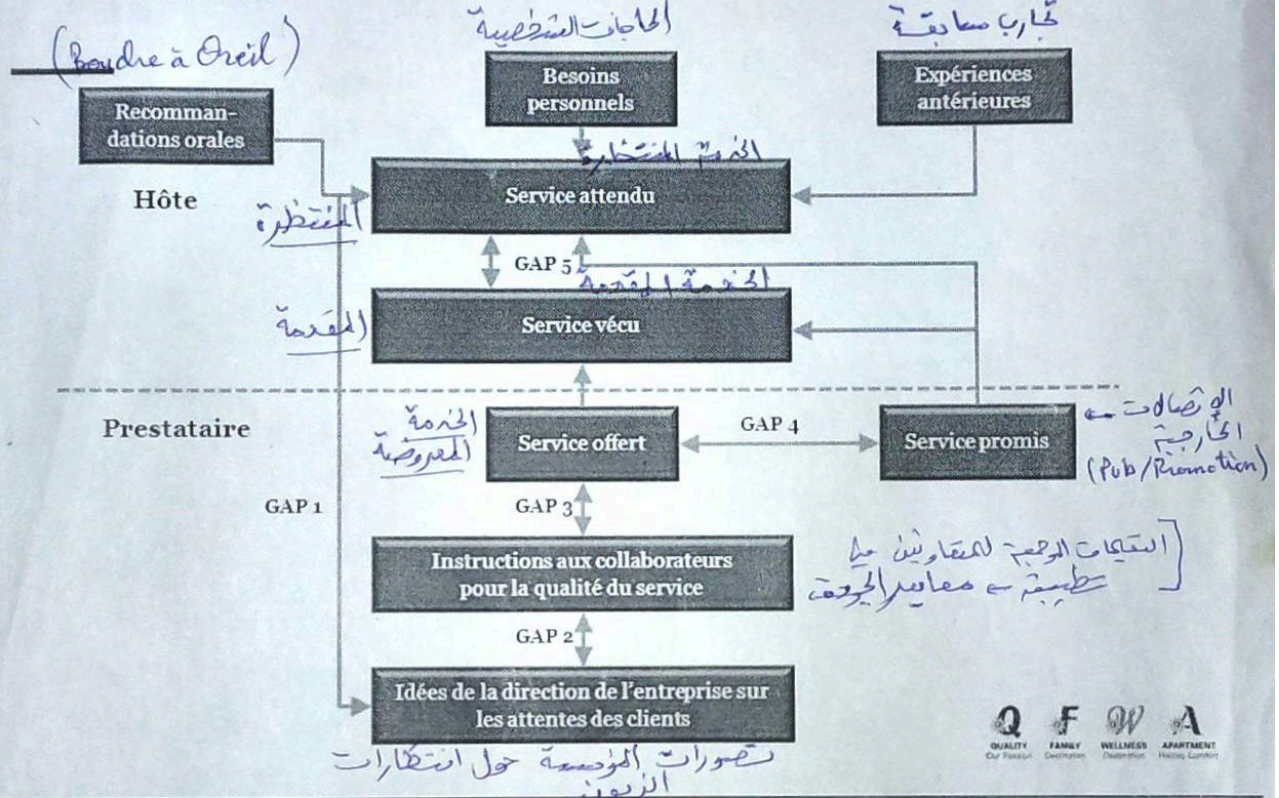


4% من الزبائن الغير راضين عن الخدمة / 96% منهم يدعؤون الى التحسين  
 1 من كل 11 يتكرر ذلك المتوسط مع 11 اشرا. 95% تبقى مع المؤسسة انا تمت معالجته  
 المشاغل حاله

(الجودة FST STV) المقدره اوجداره المنتج هو استيعاب حاجتكم الزبون

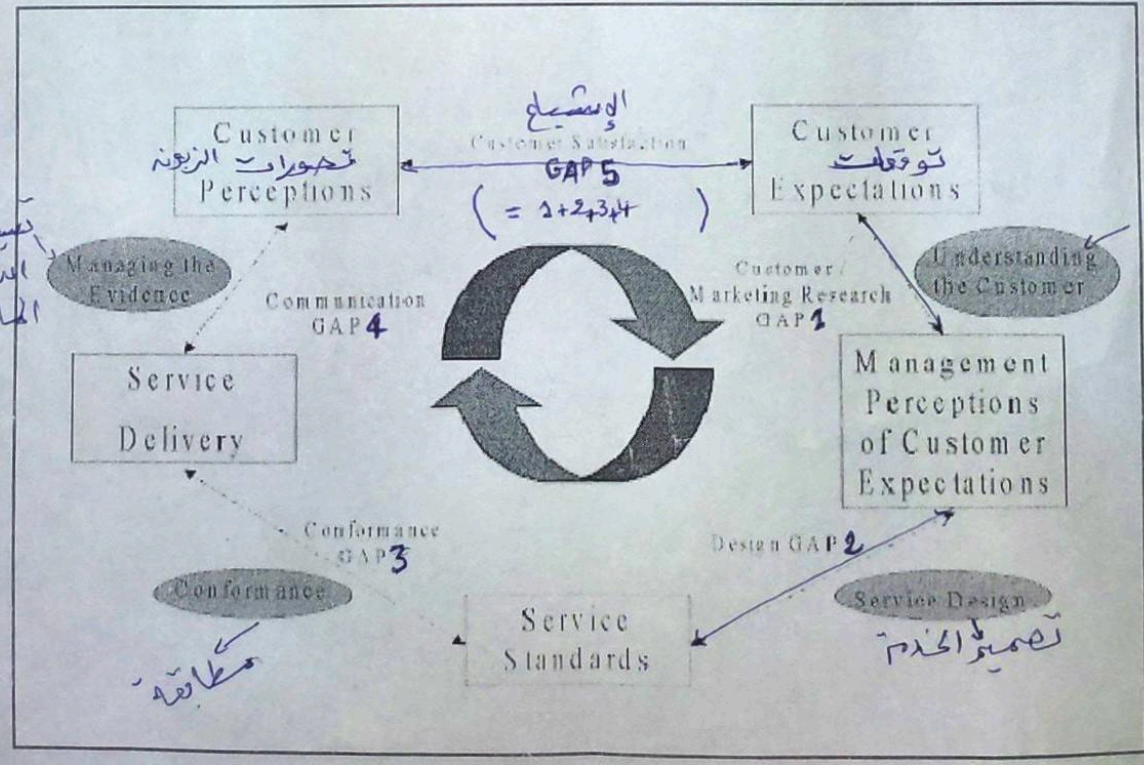
Schweizer Tourismus-Verband  
 Fédération suisse du tourisme  
 Federazione Svizzera del turismo  
 Federazione Svizzera del turismo

MODÈLE GAP



Q F W A  
 QUALITY FAMILY WELLNESS APARTMENT  
 Our Pleasure Our Passion Our Destination Our Healthy Comfort

(Parasuraman, Zeithaml et Berry - 1985)



## ممارسات (الجودة) (التطبيقات)

فلسفة الجودة

رضا العاملين  
من رضا  
الزبائن

نظام فعال  
للمشاكل

معايير مستعدة  
للأداء

مستوى  
عالٍ من المعايير

ابعاد جودة الخدمة:

في عام 1985 قام كل من Berry, zeithmal, Parasuraman بوضع 10 مؤشرات لأبعاد جودة الخدمة كما في الجدول التالية:

الجدول (1)

### مؤشرات تقييم جودة الخدمة

ت	المؤشرات	البيان
1	الاعتمادية	هي ثبات الاداء والموثوقية. وتعني اداء الشركة لخدمة صحيحة منذ مرة الاولى وتعني ايضا سمعة شركة للوعد الممنمة وتشمل (دقة مقدم الخدمة، المحافظة على السجلات بشكل صحيح، اداء الخدمة في الوقت محدد)
2	الاستجابة	استعداد او رغبة العاملين لتقديم الخدمة وتشمل (ارسال الخدمة حالا، اتصال السريع مع الزبون، منح خدمة سريعة مثل مواعيد دقيقة)
3	المقدرة	تعني امتلاك المهارات المطلوبة والمعرفة لأداء الخدمة (مثل المعرفة والمهارة لموظف الاستقبال، المعرفة والمهارة لشخص الذي يدعم العمليات)
4	الوصول	الاقتراب وسهولة الاتصال اي (سهولة الوصول الى الخدمة، وقت الانتظار غير طويل، اوقات ملائمة لأداء خدمة، موقع ملائمة لتسهيل الخدمة)
5	اللباقة	وتشمل تهذيب، الاحترام، الصداقة لموظف الاستقبال (اي المظهر العام لموظف الاستقبال)
6	الاتصال	العناية بالزبائن باللغة التي يفهمونه واستماع اليهم. وتعني ايضا وقدرة الشركة على تعديل اللغة لمختلف الزبائن من اجل زيادة مستوى الوضوح وتكلم بالبساطة معهم وتشمل (توضيح خدمة نفسها، وتوضيح كم كلفة خدمة، وتوضيح المبادلات بين الكلفة والخدمة، الاطمئنان زبون بان مشكله سوف تعالج)
7	المصداقية	وتشمل الاخلاص، الثقة، الامانة، واعطاء الزبائن الفضل الاهتمام لأنهم يتكروون (اسم الشركة، سمعة الشركة، خصائص موظف الاستقبال)
8	الامان	وتعني غياب الاخطار او الشكوك وتشمل (امان المواد المستخدمة في الخدمة، الخصوصية اي هل أ نأتعامل مع شركة تحفظ اسرار الزبائن وكذلك المصالح مع ممتلكات الزبائن).
9	معرفة الزبون	اي جهود المبتولة لمعرفة احتياجات الزبائن وتشمل (معرفة متطلبات خصوصية للزبائن) أو توجيه أصابعه.
10	العلموسية	وتتضمن بيئة المواء للخدمة وتشمل (تسهيلات المانية، مظهر موظف الاستقبال، الأدوات والمعدات المستخدمة لأداء الخدمة)

Source: Parasurman & others, (1985), A Conceptual Model Of Service Quality and Its Implications for Future Research , Journal of Marketing ,Volume 49, P47