

الخدمات التي تقدم حلولاً أفضل لمشكلة الزبون تكون ذات قيمة أعلى بالنسبة له. فالمؤسسات اليوم أصبحت تتنافس في تقديم الخدمات الإضافية مثل تطوير ميزات خاصة لمستخدمي خدمة معينة، وللقيام بخدمة الزبائن بنجاح على المؤسسة أن تتفهم متطلبات الزبائن بشكل أساسي، جودة الخدمات المقدمة من أجل الزبون تشكل جزءاً هاماً في تحديد قيمة المؤسسة خصوصاً عندما تكون الخدمات هي السلعة الأساسية التي تقدمها المؤسسة، وحتى في المؤسسات الصناعية الخدمات تشكل جزءاً هاماً في السوق حيث تعتمد على تقديم الخدمات المميزة لتسويق منتجاتها، ويمكن تقسيم الجودة الكلية للمنتج إلى الأبعاد الآتية: