

Zeitschrift: Arbido
Herausgeber: Verein Schweizerischer Archivarinnen und Archivare; Bibliothek Information Schweiz
Band: 11 (1996)
Heft: 9

Artikel: Quality service for internal customer
Autor: Royo, Céline
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-770231>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 15.03.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

QUALITY SERVICE FOR INTERNAL CUSTOMER

On Monday 29 April 1996, a one-day training course organised by the Association of International Librarians and Information Specialists (ALLIS) was given by Malcolm Goodale, who works at the «Skills and Management Training Programme, Training and Examination Section» at the United Nations.

The aim of this course was to help us provide better «quality service for internal customers».

Internal customers are the persons one works with such as colleagues or people in the same department or organisation. In fact, «all those to whom you provide a service, whether that service is a product, a document, information, or simply your time and advice».

Providing quality service means that we have to take into account their needs, meeting them, and having a cooperative and positive attitude.

As a professional, I am sure that we all aim at providing good quality ser-

To provide a better quality service for your internal customers, you need to identify them and their specific needs precisely. Do not ignore feedback which is really important and useful to share the viewpoints, the needs, the results, the satisfaction and dissatisfaction of your customers.

Moreover, communication is the basis for a good comprehension of customers' needs. To communicate in a constructive way includes cooperation, respect, great interest and positive attitude on both parts.

As in every kind of partnership,

you have some rights (being listened to, being treated as well as you would treat others, expressing your views and opinion) but also some responsibilities (listening carefully, helping, providing what has been promised ...). It is always much better to say «no» when you feel that you will not be able to keep your promise. A successful partnership needs to be mutually beneficial, so do not forget that you have to find out what customers really want (and not what you think they want), by asking questions and by listening to the answers.

And, last but not least, a quotation from Peter Drucker who says «Information is the manager's 'capital' and it is he who must decide what information he needs and how to use it».

Céline Royo Institut universitaire de hautes études internationales, Genève

*Communication
is the basis
for a good comprehension
of customers...*

vice to our external customers, but we often forget that, before being able to do so, we must be aware of the fact that we have to establish quality service relationships with our own internal customers. A bad personal relationship with an internal customer always has negative results and heavy consequences on you (frustration, stress, dissatisfaction...), on your colleagues (loss of time, communication problems, doubting leadership...) on your organisation (bad image, lack of trust in the quality of the organisation...) and on your external customers (dissatisfied customers ...)

Always keep in mind that even if your internal customers are colleagues, they are also customers with needs for information, documents, time ...



**Walter de Gruyter
Berlin • New York**

The Statesman's Year-Book 1996-97 133. Auflage

Hrsg. von Brian Hunter

1995. 19,8 x 12,6 cm. ca. 1788 Seiten.

Geb. DM 188,- / öS 1.391,- / sFr 180,- ISBN 3-11-015270-3

Im Abonnement: DM 154,- / öS 1.140,- / sFr 148,-

Vertrieb in Deutschland, Österreich und Schweiz

Die 133. Ausgabe dieses klassischen Standardwerkes wurde völlig neu überarbeitet und hinsichtlich der politischen, ökonomischen und sozialen Entwicklungen der Länder aktualisiert. Die neuesten verfügbaren Informationen über die letzten Entwicklungen in Bosnien, Nordirland, Israel, Palästina und alle anderen Krisenherde sind eingearbeitet. Die Angaben über die Flug- und Schiffsverbindungen sind auf den neuesten Stand gebracht. Eine neue Gliederung läßt Sie noch einfacher als bisher auf die entscheidenden Daten zugreifen. Sie finden umfassende Angaben zu folgenden Stichworten:

Geschichte der Landes-, Staats- und Regierungsform einschließlich der Namen von Ministern – Übersicht über die regionale Gliederung des Staates – Verteidigung (Heer, Marine, Luftwaffe) – Internationale Beziehungen – Wirtschaft (Staatshaushalt, Währung, Bankwesen, zivile Luftfahrt) – Maße und Gewichte – Energie und Naturschätze (Elektrizität, Öl, Mineralien, Land- und Forstwirtschaft, Fischereiwesen) – Industrie und Handel (Industrie, Gewerkschaften, Handel, Tourismus) – Infrastruktur und Massenmedien (Straßen- und Eisenbahnverkehrswesen, Luft- und Schifffahrt, Post- und Fernmeldewesen, Rundfunk und Fernsehen, Kino- und Pressewesen) – Justiz, Religion, Bildungswesen, Gesundheits- und Sozialwesen – Literatur- und Quellenangaben.

Walter de Gruyter & Co., Postfach 30 34 21, D- 10728 Berlin,

Tel.: (030) 2 60 05 - 0, Fax: (030) 2 60 05 - 2 22

Unser Programm finden Sie im **World Wide Web** unter <http://www.deGruyter.de>