



KNOW NOW
TOOLS FOR BUSINESS SUCCESS

Arbeitsanweisung Ermittlung Kundenzufriedenheit

UseNOW - TeachNOW - LearnNOW - FindNOW

- Sofort nutzbar: Auswählen - Anpassen - Anwenden
- In der Praxis erprobt und bewährt
- Im Tagesgeschäft sofort anwendbare Hilfsmittel
- Aktuell durch regelmäßige Updates

1. Ziel und Zweck der Arbeitsanweisung (wofür, warum)

Diese Arbeitsanweisung soll sicherstellen, dass die Kundenzufriedenheit regelmäßig erhoben und überwacht wird, um Maßnahmen zur Steigerung der Kundenbindung davon ableiten zu können.

Ihr Vorteil als Know-NOW User:

- Freie Nutzung kostenloser Tools und Experten-Links
- Einrichtung und Nutzung eines Prepay-Kontos
- Einsparungen durch attraktive Bonusprogramme

2. Anwendungsumfang der Arbeitsanweisung (wo)

Diese Arbeitsanweisung ist im Rahmen des gesamten Prozesses der Ermittlung und Überwachung der Kundenzufriedenheit anzuwenden.

3. Zuständigkeit (wer)
Kostenlos und unverbindlich registrieren unter

www.know-now.de/join

4. Dokumentationsverfahren (wie, Nachweise, Aufzeichnungen)

Bewertete Kundenanforderungen

Einschätzung der Kundenzufriedenheit nach A, B, C-Kunden

Ergebnisse der Maßnahmen zur Verbesserung der Kundenzufriedenheit

5. Mitgeltende Unterlagen

DIN ISO 10004

Kano-Modell

6. Anlagen

Keine

7. Formulare

Formblatt bewertete Kundenanforderungen
Antrag zur Ermittlung und Überwachung der Kundenzufriedenheit

Sie möchten sich über dieses und weitere **Tools** informieren?

8. Änderungsverfahren

Änderungen dieser Arbeitsanweisung erfolgen durch den QMB.

... nutzen Sie unseren Tool-Online-Shop:

Ausgabestand	Freigabe am	Freigabe durch

Registrieren und downloaden!

9. Verteilung, Zuordnung

Kapitel QMH	Zuordnung zu Verfahrensanweisungen
8.2.5	VA Messung und Überwachung
	Sonstige Verteilung (Intern/Extern)

10. Arbeitsbeschreibung: Wie und womit wird die Tätigkeit durchgeführt?

Nr.	Arbeits- bzw. Prüfschritt	Beschreibung der Arbeits- bzw. Prüftätigkeiten	Erforderliche Hilfsmittel	Begründung, Hinweise
1.	Zweck und Ziele der Zufriedenheits-erhebung festlegen	Ziele der Überwachung und Messung der Kundenzufriedenheit in einem interdisziplinären Team	Produktpolitik, Portfolioanalyse, SWOT-Analyse, Marktanalyse, Kundenerwartungsergebnisse	Die Ziele sollten „smart“ sein: • Spezifisch • Messbar • Attraktiv • Realistisch • Terminiert
2.	Umfang und Reichweite der Kundenzufriedenheits-ermittlung festlegen	Die Festlegung des Umfangs sollte für die Kundentypen • Märkte, • Produktkategorien und • Regionen erforderlich sein	Maßnahmenplan, Projekt-ablaufplan	Die Zeitpunkte und die Frequenz der Kundenzufriedenheits-ermittlung sollten mit der QM-Bewertung abgestimmt werden.
3.	Kundenkreis und Kundentypen festlegen und Kundenerwartungen ermitteln	Die Abgrenzung der Kunden sollte für die Kundentypen • direkte Kunden, • indirekte Kunden, • Verbraucher / Händler, usw. in A/B/C-Kategorien erfolgen.	Kunden-datenbank, statistische Daten, Beschwerde-management	Zur Erfassung und Strukturierung der Kundenerwartungen sollten die Systematik der DIN EN ISO 9001 sowie das Kano-Modell Berücksichtigung finden (siehe Nutzungshinweise).

Ihr Vorteil als Know-NOW User:

- Freie Nutzung kostenloser Tools und Experten-Links
- Einrichtung und Nutzung eines Prepay-Kontos
- Einsparungen durch attraktive Bonusprogramme

Kostenlos und unverbindlich registrieren unter

www.know-now.de/join

4.	Kundenzufriedenheits-informationen erheben und erfassen	Die objektiven bzw. subjektiven Erhebungsmethoden sind entsprechend der Kundentypen auszuwählen.	Vorlagen für Fragebögen, Auswert-formulare, Datenbank	Zur Erhöhung der Response-Quoten sollten die A- und B-Kunden eine „symbolische Belohnung“ für ihre Unterstützung erhalten.
5.	Analyse der Kundenzufriedenheits-informationen	Die Analyse soll als direkte Analyse (Antworten der Kunden) und indirekte Analyse (Identifikation von Einfluss-faktoren) vorgenommen werden.	Statistische Werkzeuge	Mittels Bewertung der Relevanz der zugrunde gelegten Produktmerkmale und Konsistenz der Ergebnisse sollte für die A- und B-Kunden eine Validierung der Daten erfolgen.
6.	Kommunikation der Kundenzufriedenheits-informationen	Der Analyse soll die Berichterstattung folgen, zu: • Entwicklungstendenzen • Unterschieden nach Kunden • mögliche negative Einflüsse • Chancen und Risiken	Interner Verteilplan, Externe Verteilplan, Vorlagen (E-Mail, Papier,...)	A- und B-Kunden, die an der Befragung teilgenommen haben, sollten ebenfalls eine zusammenfassende Auswertung der Bewertungsergebnisse erhalten.
7.	Überwachen und überprüfen getriggert oder regelmäßig	Bei der Überwachung sind die folgenden Faktoren relevant: • Entwicklungstendenzen • Chancen und Risiken • Stärken und Schwächen • Chancen und Risiken	SWOT-Analyse, Projekt-ablaufplan	Die Überwachung sollte den festgelegten Zielen entsprechen und ausweisen.
8.	Bewertung und Verbesserung des Prozesses	Die Bewertung der Verbesserungsergebnisse soll auf der Maßnahmen- und auf der Prozessebene erfolgen.	Projekt-ablaufplan, Aufzeichnungen	• Maßnahmenebene: Bewerten der Wirksamkeit der ergriffenen Maßnahmen. • Prozessebene: Bewertung der Effizienz und Sinnhaftigkeit des Prozesses.

Sie möchten sich über dieses und weitere Tools informieren?

... nutzen Sie unseren Tool-Online-Shop:

Registrieren und downloaden!

11. Hinweise zur Nutzung der Vorlage Arbeitsanweisung

Ihr Vorteil als Know-NOW User:

Die Kundenzufriedenheit im Dilemma von Wahrnehmung und Verständnis

Um funktionierende Ansätze zur Überwachung und Messung von Kundenzufriedenheit zu finden, muss zunächst die Frage geklärt werden, wie Zufriedenheit beim Kunden entsteht und von welchen Faktoren diese abhängt. Die Empfindung einer Zufriedenheit ist grundsätzlich subjektiv und zählt damit zu den psychologischen Phänomenen.

- Freie Nutzung kostenloser Tools und Experten-Links
- Einrichtung und Nutzung eines Prepay-Kontos
- Einsparungen durch attraktive Bonusprogramme

Die Zufriedenheit eines Kunden ist ein stark individueller Prozess eines psychischen Vergleichsprozesses des Kunden zwischen der tatsächlichen Leistung (Ist-Leistung) eines Produktes bzw. einer Dienstleistung mit einem erwarteten Wert (Soll-Leistung). Bei der Ist-Leistung sind die Kunden mit unterschiedlichen Maßstäben unterschiedlicher Kunden bzw. tendenziell divergierenden Maßstäbe der Kunden und der Lieferanten ein Wunschtraum.

Kostenlos und unverbindlich registrieren unter

www.know-now.de/join

Messung der Kundenzufriedenheit wird über folgenden vier Frageperspektiven darstellen:

- Welche Produktspezifikation hat der Lieferant geplant?
- Was hat der Lieferant wirklich geliefert?
- Wie hat der Kunde das Produkt wahrgenommen?
- Welche Erwartungen hatte der Kunde an das Produkt?

Hier werden vier potenzielle Mißverständnisse (GAPs) deutlich, die Sie bei der Überwachung und Messung der Zufriedenheit Ihrer Kunden zwingend berücksichtigen müssen:



Sie möchten sich über dieses und weitere Tools informieren?
... nutzen Sie unseren Tool-Online-Shop:

Registrieren und downloaden!
Die Kundenzufriedenheit ist die Ableitung von Maßnahmen zur Steigerung der Kundenbindung. Umgesetzt werden die gewonnenen Erkenntnisse im Qualitätsmanagement, in der Produktentwicklung und vor allem im Marketingbereich.

Erfassung und Strukturierung der Kundenerwartungen:

Ihr Vorteil als Know-NOW User:

Die Kundenerwartungen können zum Beispiel durch eine persönliche, fernmündliche oder schriftliche Befragung ermittelt werden. Nach DIN EN ISO 9001 sollte jedoch eine tiefgehende Analyse der Kundenerwartungen durchgeführt werden.

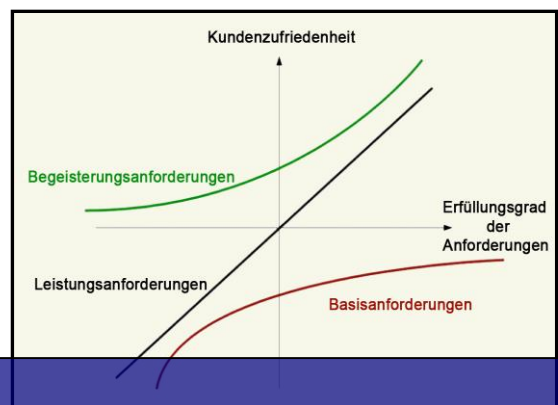
- Freie Nutzung kostenloser Tools und Experten-Links
- Einrichtung und Nutzung eines Prepay-Kontos
- Einsparungen durch attraktive Bonusprogramme

Kostenlos und unverbindlich registrieren unter

www.know-now.de/join

Die Merkmale werden im Voraus in den Befragungen charakterisiert und sollten in Gruppen zusammengefasst werden. Zur Darstellung der Beziehung zwischen den Merkmalen und der Kundenzufriedenheit bietet die DIN ISO 10004 das Kano Modell an:

- Begeisterungsanforderung verdeutlichen verborgene Chancen durch nicht erwartete Merkmale.
- Leistungsanforderungen beeinflussen direkt das Ausmaß der Zufriedenheit (je höher desto größer).
- Basisanforderungen werden erwartet und müssen erfüllt werden um Unzufriedenheit zu vermeiden.



Sie möchten sich über dieses und weitere Tools

Beispielhafte Auflistung der Erhebungsmethoden zur Ermittlung der Kundenzufriedenheit

Objektive Methoden (meist quantitativ)

- Silent Shopper,
- Mystery Call,
- Einsatz von Kontaktpersonen,
- Erfassung von Beschwerden oder Reklamationen,
- Einsatz von Videoaufnahmen,
- usw.

Subjektive Methoden (meist qualitativ)

- Persönliche Befragung,
- Telefoninterview,
- E-Mail-Umfrage/Focus,
- Online-Befragungen,
- usw.

... nutzen Sie unseren Tool-Online-Shop:
Registrieren und downloaden!

Hinweise zur Anpassung des Dokumentes an die Organisation:

Um das Tool an Ihre Dokumentenstruktur anzupassen, gehen Sie (hier am Beispiel der Version MS Office 2010 dargestellt) bitte folgendermaßen vor:

1. Aktivieren Sie in der Leiste „Start“, Gruppe „Absatz“ das Symbol „Alle anzeigen“. Alternativ können Sie in der Leiste „Datei“ auf „Optionen“ klicken, im sich öffnenden Fenster „Anzeige“ auswählen und das Häkchen bei „alle Formatierungszeichen anzeigen“ setzen.
2. Löschen Sie nun zuerst das Textfeld mit dem Titel und danach die Grafik, indem Sie diese Objekte jeweils markieren und die Entfernen-Taste (Entf) betätigen.
3. Danach löschen Sie den verbliebenen Abschnittswechsel (oben), indem Sie diesen markieren und ebenfalls die Entfernen-Taste (Entf) betätigen.
4. Mittels „Doppelklick“ auf die Kopf- oder Fußzeile können Sie diese nun öffnen und die Texte und deren Formatierungen entsprechend Ihren Wünschen gestalten.
5. Löschen Sie das Kopfzeilen-Logo wie vorher, indem Sie dieses markieren und die Entfernen-Taste (Entf) betätigen.
6. Ein neues Logo fügen Sie ein, indem Sie in der Leiste „Einfügen“, Gruppe „Illustrationen“ auf das Icon „Grafik“ klicken und Ihre Datei auswählen.
7. Diese Hinweisseite entfernen Sie, indem Sie (ab dem letzten Seitenumbruch) alles markieren und die Entfernen-Taste (Entf) betätigen.
8. Das Dokument ist im Kompatibilitätsmodus (*.doc) zu vorherigen Office-Versionen gespeichert. In der Leiste „Datei“, können Sie das Dokument durch Betätigen der Schaltfläche „Konvertieren“ in das aktuelle Format *.docx umspeichern.

Nutzungsbedingungen von Fachinformationen:

- (1) Für vorsätzliche oder grob fahrlässige Pflichtverletzungen haftet der Lizenzgeber. Dies gilt auch für Erfüllungsgehilfen.
- (2) Für Garantien haftet der Lizenzgeber unbeschränkt.
- (3) Für leichte Fahrlässigkeit haftet der Lizenzgeber begrenzt auf den vertragstypischen, vorhersehbaren Schaden.
- (4) Der Lizenzgeber haftet nicht für Schäden, mit deren Entstehen im Rahmen des Lizenzvertrags nicht gerechnet werden musste.
- (5) Für Datenverlust haftet der Lizenzgeber nur, soweit dieser auch bei der Sorgfaltspflicht entsprechender Datensicherung entstanden wäre.
- (6) Eine Haftung für entgangenen Gewinn, für Schäden aus Ansprüchen Dritter gegen den Lizenznehmer sowie für sonstige Folgeschäden ist ausgeschlossen.
- (7) Der Lizenzgeber haftet nicht für den wirtschaftlichen Erfolg des Einsatzes der Tools oder Trainings.
- (8) Die Haftung nach dem Produkthaftungsgesetz bleibt unberührt.