

[Organisations-Logo]

[Organisations-Name]

Comment [9A1]: Alle mit eckigen Klammern [] gekennzeichneten Felder in diesem Dokument müssen ausgefüllt werden.

VERFAHREN ZUR MESSUNG DER KUNDENZUFRIEDENHEIT

Code:	
Version:	0.1
Erstellt von:	
Genehmigt von:	
Datum der Version:	
Unterschrift:	

Comment [9A2]: Angleichen an bestehende Praxis in Organisation.

Verteilerliste

Kopie Nr.	Verteilt an	Datum	Unterschrift	Zurückgesendet	
				Datum	Unterschrift

Comment [9A3]: Nur nötig, wenn Dokument in Papierform, sonst sollte diese Tabelle gelöscht werden.

Change-Historie

Datum	Version	Erstellt von	Change-Beschreibung
	0.1	9001Academy	Gliederung Basisdokument

Inhaltsverzeichnis

1. ZWECK, ANWENDUNGSBEREICH UND ANWENDER.....	3
2. REFERENZDOKUMENTE.....	3
3. EINRICHTUNG EINES SYSTEMS ZUR MESSUNG DER KUNDENZUFRIEDENHEIT	4
3.1. PROZESSABLAUF	4
3.2. IDENTIFIZIERUNG VON KUNDENERWARTUNGEN	4
3.3. IDENTIFIZIERUNG UND AUSWAHL VON CHARAKTERISTIKEN IN BEZUG AUF KUNDENZUFRIEDENHEIT	5
3.4. METHODENWAHL ZUR SAMMLUNG VON DATEN ÜBER KUNDENZUFRIEDENHEIT	5
3.5. WAHL DES MAßSTABS UND DER UMFRAGEMETHODE	6
3.6. ERSTELLUNG DES FRAGENKATALOGS ZUR EVALUIERUNG DER KUNDENZUFRIEDENHEIT	6
3.6.1. <i>Wahl der Struktur und Formulierung der Fragen</i>	6
3.6.2. <i>Einrichtung eines Rangordnungssystems</i>	6
3.7. ANALYSIEREN DER DATEN ÜBER DIE KUNDENZUFRIEDENHEIT	7
3.8. BERICHT ÜBER DIE DURCHFÜHRTE ANALYSE	7
3.9. KOMMUNIZIEREN DER INFORMATIONEN ÜBER DIE KUNDENZUFRIEDENHEIT	7
4. HANDHABUNG VON AUF BASIS DIESES DOKUMENTS AUFBEWAHRTEN AUFZEICHNUNGEN.....	8
5. ANHÄNGE	8

1. Zweck, Anwendungsbereich und Anwender

Zweck dieses Verfahrens ist, die Methoden zum Sammeln und zur Verwendung von Informationen über die Kundenzufriedenheit zu beschreiben, um ein System zur Überwachung der Kundenzufriedenheit einzurichten.

Dieses Verfahren wird für alle Prozesse und/oder Bereiche (Teile der Organisation) im Rahmen des QMS, welche die Kommunikation und Feststellung von Kundenwünschen nachweisen oder Kunden-Feedback erhalten, angewendet.

Anwender dieses Dokuments sind [Mitarbeiter der Verkaufs-Abteilung] von [Organisations-Name].

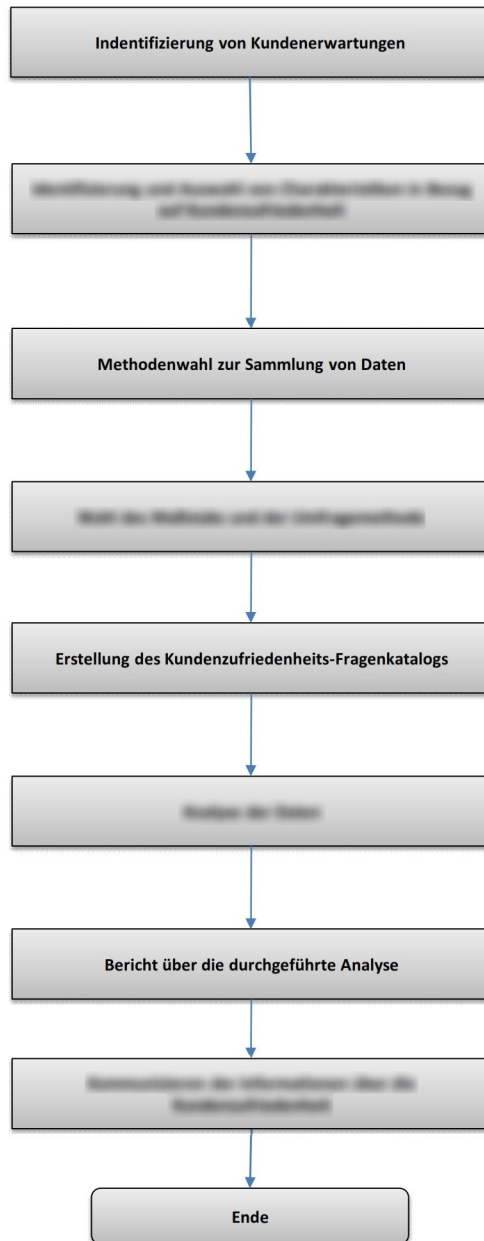
Comment [9A4]: Anpassen an Praxis der Organisation.

2. Referenzdokumente

- ISO 9001 Standard, Klauseln 7.2.3 und 8.2.1
- Verfahren für Korrektur- und Vorbeugungsmaßnahmen
- Verfahren für Management-Review

3. Einrichtung eines Systems zur Messung der Kundenzufriedenheit

3.1. Prozessablauf



3.2. Identifizierung von Kundenerwartungen

Bei der Feststellung der Kundenerwartungen muss [Job-Titel] Folgendes berücksichtigen:

- Anforderungen, die Kunden über den Vertrag und Begleitdokumente bekanntgaben
- Anforderungen, die Kunden nicht bekanntgaben
- Kundenanforderungen, die impliziert sind
- Sonstige und behördliche Vorgaben

Comment [9A5]: Z.B. Verkaufsmanager

Comment [9A6]: Z.B. Produktspezifikation, Auftragsdokument etc.

Der Kunde muss nicht alle Aspekte des Produkts spezifizieren – es ist wichtig, dass die Organisation seine Erwartungen vollständig versteht, um diese in eine Anforderung umzuwandeln.

3.3. Identifizierung und Auswahl von Charakteristiken in Bezug auf Kundenzufriedenheit

Die Charakteristiken können in Kategorien gruppiert und entsprechend ihrer Relevanz für den Kunden gereiht werden.

- Charakteristiken der Produkte und/oder Dienstleistungen

Performance (Qualität, Zuverlässigkeit), Charakteristiken, Ästhetik, Sicherheit, Support (Instandhaltung, Schulung, Preis, Garantien, Informationen über das Produkt)

Comment [9A7]: Anpassen an Bedürfnisse der Organisation.

- Versand-Charakteristiken

Termingerechte Lieferung, Vollständigkeit der Sendung, benötigte Reaktionszeit auf Anfragen, begleitende Informationen über den Versand, Qualität des Versandmaterials

Comment [9A8]: Anpassen an Bedürfnisse der Organisation.

- Organisatorische Charakteristiken

Persönliche Charakteristiken (Freundlichkeit, Kompetenz, Kommunikation), Umgang mit der Lösung von Beschwerden, Sicherheit, Verlässlichkeit der Organisation, Unternehmensethik, Unternehmensverantwortung, Reputation der Organisation

Comment [9A9]: Anpassen an Bedürfnisse der Organisation.

3.4. Methodenwahl zur Sammlung von Daten über Kundenzufriedenheit

[Job-Titel] ist verantwortlich für das Sammeln von Daten über die Kundenzufriedenheit und dies kann über eine qualitative, quantitative oder kombinierte Untersuchungsmethode erfolgen.

Comment [9A10]: Z.B. Marketing-Manager

Die *qualitative Untersuchung* wird so durchgeführt, dass die für die Kundenzufriedenheit relevantesten Charakteristiken von Produkt, Versand oder Organisation festgelegt werden.

[Job-Titel] sammelt Informationen durch detaillierte Interviews mit Kunden und Diskussionsgruppen, die sich aus den wichtigsten Kunden zusammensetzen.

Comment [9A11]: Z.B. Marketing-Manager

Comment [9A12]: Anpassen an Bedürfnisse der Organisation.

Die *quantitative Untersuchung* misst den Grad der Kundenzufriedenheit.

Comment [9A13]: Z.B. Marketing-Manager

Interviews und Befragungen (diese können per Post, E-Mail oder gemeinsam mit dem Produkt durchgeführt werden oder auf der Website der Organisation veröffentlicht werden) sind die hauptsächlichen Tools, die [Job-Titel] zur Durchführung dieser Untersuchung verwendet.

Comment [9A14]: Anpassen an Bedürfnisse der Organisation.

Comment [9A15]: Z.B. Marketing-Manager

[Job-Titel] sammelt diese Informationen zumindest [ein Mal pro Jahr].

Comment [9A16]: Dies ist eine qualitative Untersuchung

[Job-Titel] verifiziert die gesammelten Daten, indem er die folgenden Aspekte überprüft:

- Fehler in den Daten, diese sollten identifiziert und korrigiert werden, um eine falsche Schlussfolgerung zu vermeiden,
- Vollständigkeit der Daten; es ist wichtig, die Vollständigkeit der Daten zu überprüfen und zu entscheiden, wie unvollständige Daten zu behandeln sind,
- Genauigkeit der Daten; es wird empfohlen zu bestätigen, dass die Anzahl der Befragten in der Umfrage und die Untersuchungsmethode mit dem gewünschten Grad an Zuverlässigkeit konsistent sind.

3.5. Wahl des Maßstabs und der Umfragemethode

[Job-Titel] ermittelt den Maßstab der Umfrage statistisch, um den Grad der Genauigkeit zu gewährleisten. Es ist ein Kompromiss zwischen gewünschter Genauigkeit und Umfragekosten.

Im Falle kumulativer Umfragen verwendet [Job-Titel] eine kleine Probe und es hängt von einer Unternehmensentscheidung ab. Ist die Anzahl von Kunden relativ gering, wird die Umfrage bei allen diesen durchgeführt.

[Job-Titel] muss Sampling-Methoden bestimmen, um repräsentative Ergebnisse in Bezug auf die Anzahl von Kunden zu liefern:

- Die Methode der Stichprobenerhebung wird verwendet, wenn die Gruppe der Kunden relativ homogen ist,
- die Methode geschichteter Stichproben (Gruppenauswahl) wird verwendet, um Kunden in verschiedenen Kategorien zu gruppieren, wenn sich proportionale Proben gezogen werden, um Informationen über jede Gruppe von Kunden zu erhalten.

3.6. Erstellung des Fragenkatalogs zur Evaluierung der Kundenzufriedenheit

3.6.1. Wahl der Struktur und Formulierung der Fragen

Nach der Bestimmung, welche Informationen benötigt werden, gruppiert [Job-Titel] die Fragen in logische Abschnitte mit weiteren Fragen, insbesondere wenn es mehrere Antworten geben kann. Die Reihenfolge der Fragen ist eine logische – von allgemeinen zu mehr spezifischeren Fragen.

Bei der Formulierung von Fragen muss [Job-Titel]:

- Hinsichtlich Wer, Was, Wann, Wo, Warum und Wie die Fragen klar definieren
- Einfachere Sprache verwenden
- Die Verwendung mehrdeutiger Wörter vermeiden
- Die Verwendung von Worten vermeiden, die den Befragten in eine falsche Richtung lenken könnten oder ihn beeinflussen und zu den Antworten führen, welche die Organisation hören möchte.

Der Fragenkatalog kann Fragen beinhalten, die erklärende Antworten verlangen.

3.6.2. Einrichtung eines Rangordnungssystems

Comment [9A17]: Löschen, wenn die Organisation eine andere Methode zur Bewertung der Kundenzufriedenheit verwendet.

Comment [9A18]: Z.B. Marketing-Manager

Comment [9A19]: Löschen, wenn die Organisation eine andere Methode zur Bewertung der Kundenzufriedenheit verwendet.

Comment [9A20]: Z.B. Gibt es noch Möglichkeiten, die Organisation zu unterstützen, um die Kundenzufriedenheit zu verbessern? Vorschläge/Bemerkungen?

Entsprechend den von [Job-Titel] gelieferten Informationen über Kunden, übermittelt [Job-Titel] den Fragebogen an die Kunden. Es wird eine Fünf-Punkte-Skala mit angebotenen Kategorien verwendet. Die Kunden senden den ausgefüllten Fragebogen per Post oder E-Mail zurück. Bei der Analyse der Kundenzufriedenheit, errechnet [Job-Titel] eine durchschnittliche Punktzahl für jede Frage, sowie den durchschnittlichen Mittelwert, und trägt diese in die Aufzeichnung der Überwachung der Kundenzufriedenheit ein. Nach Abschluss der Umfrage analysiert der Management-Vertreter die Ergebnisse und berichtet [Job-Titel] über die Ergebnisse, der dann eine Schlussfolgerung zieht und, wenn nötig, über die Implementierung entsprechender Korrektur- und Vorbeugungsmaßnahmen entscheidet.

Comment [9A21]: Z.B. Verkaufsmitarbeiter

Comment [9A22]: Z.B. Marketing-Manager

Comment [9A23]: Z.B. Marketing-Manager oder CEO

Kriterien zur Evaluierung der Kundenzufriedenheit:

Gesamt-Durchschnittsnote auf einer Skala von 1 bis 5	Grad der Zufriedenheit
4.5 – 5	Hoher Zufriedenheitsgrad
3.5 – 4.5	Befriedigender Grad
Weniger als 3.5	Unbefriedigender Grad

Comment [9A24]: Warum eine Fünf-Punkte-Skala verwendet werden sollte?

Ansichten reflektiert. Zum Beispiel hat eine Skala von 1 bis 4 keine mittlere Option und könnten. Skalen mit mehr als fünf Optionen, wie 1-7 oder 1-9 können für den verwenden sein.

Comment [9A26]: Anpassen dieser andere Skala verwendet wird.

Comment [9A25]: Anpassen dieser Spalte, wenn eine andere Skala verwendet wird.

3.7. Analysieren der Daten über die Kundenzufriedenheit

Wenn Daten in Bezug auf die Kundenzufriedenheit gesammelt werden, analysiert [Job-Titel] dies, um Informationen zu erlangen, zu denen folgendes gehört:

- Grad der Kundenzufriedenheit (insgesamt oder per Kundenkategorie) und Trends
- Charakteristiken von Produkten und Prozessen in der Organisation, die signifikanten Einfluss auf die Kundenzufriedenheit haben können
- Relevante Informationen über Produkte und Prozesse der Mitarbeiter
- Bereiche, die verbessert werden können

3.8. Bericht über die durchgeführte Analyse

[Job-Titel] dokumentiert die Ergebnisse der Analyse im Bericht der Kundenzufriedenheit, gemeinsam mit möglichen Empfehlungen, die der Organisation bei der Identifizierung von zu verbessernden Bereichen helfen können, und übermittelt diesen an [Job-Titel]. Der Bericht sollte mögliche Ursachen identifizieren, die zur Unzufriedenheit der Kunden beitragen.

3.9. Kommunizieren der Informationen über die Kundenzufriedenheit

Informationen, welche Elemente der Kundenzufriedenheit beeinflussen, werden vom Management einem Review unterbreiten und die Ergebnisse an die verantwortlichen Personen in der Organisation übermittelt, um Maßnahmen zu treffen, die zu einer Verbesserung führen können. Abhängig von der Art der Informationen, wird die verantwortliche Person benachrichtigt.

Informationen können weitergegeben werden an:

- Einkaufsabteilung, wenn sich die Unzufriedenheit auf die Qualität des beschafften Materials bezieht
- Verkaufsabteilung, wenn die Daten eine Unzufriedenheit mit Lieferterminen zeigen oder wenn die Daten eine Unzufriedenheit der Kunden mit dem Verhalten von Mitarbeitern bei Kundenkontakten zeigen
- Kundensupport-Abteilung, wenn Kunden mit der Geschwindigkeit und Qualität der Reaktion auf Kundenanfragen für eine Unterstützung unzufrieden sind
- Geschäftsleitung, wenn Preis und Wert (in der Wahrnehmung der Kunden) für Kunden signifikant sind

Comment [9A27]: Anpassung und Erweiterung der Anträge sind für die Bearbeitung zu berücksichtigen.

4. Handhabung von auf Basis dieses Dokuments aufbewahrten Aufzeichnungen

Aufzeichnungsname	Code	Aufbewahrung		Verantwortlichkeit
		Aufbewahrungszeit	Ort	
Fragenkatalog Kundenzufriedenheit	PR.12.1	2 Jahre	[Büro des Management-Vertreters]	[Job-Titel]
Bericht der Kundenzufriedenheit	PR.12.2	2 Jahre	[Büro des Management-Vertreters]	[Job-Titel]
Überwachung der Kundenzufriedenheit	PR.12.3	2 Jahre	[Büro des Management-Vertreters]	[Job-Titel]

Comment [9A28]: Ist die Aufzeichnung in elektronischer Form, tragen Sie den Namen des Ordners am Computer des Management-Vertreters ein.

5. Anhänge

- Anhang 1 – Fragenkatalog Kundenzufriedenheit
- Anhang 2 – Bericht der Kundenzufriedenheit
- Anhang 3 – Überwachung der Kundenzufriedenheit