

Inhaltsverzeichnis

1	Einführung	1
2	Grundlagen der Begriffe	4
3	Herkunft und Struktur der normativen Dokumente zur Kundenzufriedenheit	6
4	Ziele und Anspruch der normativen Dokumente zur Kundenzufriedenheit	7
4.1	Allgemeines	7
4.2	DIN ISO 10001:2019-07 „Qualitätsmanagement – Kundenzufriedenheit – Leitfaden für Verhaltenskodizes für Organisationen“	8
4.3	DIN ISO 10002:2019-07 „Qualitätsmanagement – Kundenzufriedenheit – Leitfaden für die Reklamationsbearbeitung in Organisationen“	10
4.4	DIN ISO 10003:2019-07 „Qualitätsmanagement – Kundenzufriedenheit – Leitfaden für Konfliktlösung außerhalb von Organisationen“	14
4.5	DIN ISO 10004:2019-07 „Qualitätsmanagement – Kundenzufriedenheit – Leitfaden zur Überwachung und Messung“	17
4.6	DIN ISO 10008:2015-01 „Qualitätsmanagement – Kundenzufriedenheit – Leitfaden für den elektronischen Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern“	18
4.7	DIN CEN/TS 16880 = DIN SPEC 77880:2016-03 „Service Excellence – Schaffung von herausragenden Kundenerlebnissen durch Service Excellence“	21
4.8	DIN EN ISO 18295-1:2017-10 „Kundenkontaktzentren – Teil 1: Anforderungen an Kundenkontaktzentren“ und DIN EN ISO 18295-2:2017-10 „Kundenkontaktzentren – Teil 2: Anforderungen für die Inanspruchnahme von Dienstleistungen von Kundenkontaktzentren“	23

4.9	DIN SPEC 77224:2011-07 „Erzielung von Kundenbegeisterung durch Service Excellence“	25
5	Die Politik des Lieferanten	28
6	Einige zentrale Konzepte zur Kundenzufriedenheit und zum Kontext	34
6.1	Ziele	34
6.2	Kunde	35
6.2.1	Der allgemeine Kundenbegriff und damit zusammenhängende Begriffe	35
6.2.2	Die Anwendung des Kundenbegriffs im Einzelfall	42
6.2.3	Kundenteilung und Kundenteile	55
6.3	Kundenorientierung	58
6.4	Kundenzufriedenheit und Qualität	61
6.5	Reklamation, Reklamationsobjekt, Produkt, Dienstleistung	68
6.6	Reklamant	76
6.7	Verhaltenskodex	79
6.8	Kommunikation	79
6.9	Eigentum und Besitz des Kunden	83
6.10	Gemeinsamer Lieferanten-Kunden-Status	85
7	Ermittlung der Kundenmeinung	89
7.1	Repräsentanz der Ermittlung	89
7.1.1	Grundlagen	89
7.1.2	Beeinträchtigung und Beförderung der Repräsentanz	92
7.2	Der Wert von Fragen und Antworten	96
7.2.1	Die Fragen	96
7.2.2	Die Antworten	97
7.3	Direkte Ermittlung, proaktiv und gelegentlich	98
7.4	Indirekte Ermittlung	101
7.5	Der doppelteffiziente Fragebogen	102

8	Konsequenzen aus der Ermittlung der Kundenmeinung	106
9	Begriffserklärungen und Stichwortverzeichnis	111
9.1	Vorbemerkungen.....	111
9.2	Die Begriffe und die Stichworte	111
10	Literaturverzeichnis	118
10.1	Vorbemerkungen.....	118
10.2	Dokumente, die spezifisch die Kundenzufriedenheit betreffen und die in dem vorliegenden Buch vollständig enthalten sind	118
10.3	Dokumente, die spezifisch die Kundenzufriedenheit betreffen und aus denen zitiert wird	119
10.4	Dokumente, die mit übergeordneten Themen auch die Kundenzufriedenheit betreffen und aus denen zitiert wird	119
Anhang	Vollständige Originalinhalte der normativen Dokumente	120