

Inhalt

1	Einleitung	1
2	Zusammenhang zwischen Zufriedenheit, Loyalität und Qualität	5
2.1	Kundenzufriedenheit und -erwartungen	6
2.2	Kundenloyalität als Erfolgsfaktor	13
2.3	Qualität im Rahmen der ISO 9001	17
2.4	Service Excellence nach DIN CEN/TS 16880	23
2.5	Qualität im Leistungsbündel	27
2.5.1	Unterschied zwischen Sach- und Dienstleistungsqualität	33
2.5.2	Dienstleistungskomponenten	39
2.5.3	Kundenkontaktpunkte	49
3	Kundenerwartungen und -zufriedenheit ermitteln	53
3.1	Zufriedenheit messbar machen	55
3.2	Kunden befragen	59
3.2.1	Merkmalsorientierung und multiattributive Verfahren	62
3.2.2	Einstellungs- und zufriedenheitsorientierte Varianten	67
3.2.3	Ereignisorientierung im Überblick	72
3.2.4	Ereignisorientierte Verfahren im Einzelnen	75
3.2.4.1	Beobachtung	75
3.2.4.2	Lob- und Beschwerdeanalyse	76
3.2.4.3	Kritische Ereignistechnik	79
3.2.4.4	Sequenzielle Ereignistechnik	83
3.3	Resümee: Erhebungssynthese als Mittelweg	85
4	Customer-Driven Company gestalten	87
4.1	Wertanalyse heranziehen	88
4.2	Lastenheft erstellen	95

4.3 Leistungsstand erkennen und Pflichtenheft konzipieren	100
4.4 Prioritäten ermitteln	107
5 Voraussetzungen zur Implementierung schaffen	115
5.1 Kundenorientierte Organisationskultur pflegen	115
5.2 Organisation gestalten	120
5.2.1 Stellen/Rollen definieren	121
5.2.2 Hierarchie festlegen	128
5.2.3 Prozessorientierten Ansatz berücksichtigen	134
5.2.4 Organisationsvariante wählen	137
5.2.5 Prozesse transparent dokumentieren	145
5.3 Prozesskostenrechnung einrichten – fast ein Exkurs	153
5.4 Kosten den Funktionen zuordnen	158
6 Implementierung unterstützen	161
6.1 Balanced Scorecard heranziehen	161
6.2 Zufriedenheitswirksame Maßnahmen auswählen	169
6.3 Mitarbeitermotivation beachten	172
6.4 Entlohnung gestalten	179
6.5 Kaizen-Gedanken realisieren	187
6.6 Wissensmanagement einführen	192
7 Erfolg überwachen und sichern	199
8 Empfehlung	207
9 Gedanken zum Schluss	209
Literatur	211
Abbildungsverzeichnis	219
Tabellenverzeichnis	223
Index	225
Autoren	229