

Inhaltsverzeichnis

Einleitung	1
Kapitel 1: Dienstleistungszufriedenheit	5
1. Ein Anbieter ohne Kundenorientierung ist wie ein Seefahrer ohne Kompaß	5
2. Treue Kunden sind der Schlüssel zum Erfolg	8
3. Qualität produziert Zufriedenheit	13
3.1. Qualität steckt in verschiedenen Leistungen	18
3.2. Die Besonderheit der "Dienst"-Leistung	20
Kapitel 2: Externe Qualität	27
1. Neben die Produktqualität tritt die kundenspezifische Prozeßqualität	27
1.1. Auf welche Teile einer Leistung kommt es an?	29
1.2. Merke: Qualität ist das, was Kunden dafür halten	34
1.3. Der Kunde als Co-Produzent	39
1.4. Grenzen der Standardisierung	42
2. Kontinuierlicher Verbesserungsprozeß und Qualitätszirkel sichern die Dienstleistungsqualität nur zum Teil	48
3. Lean Management und Kundenzufriedenheit - Keine unvereinbaren Gegensätze	53
4. Ist die ISO 9000 die Lösung aller Qualitätsprobleme?	58

Kapitel 3: Erforschung der Kundenwünsche..... 61

1. Kundenzufriedenheit sichern heißt zunächst,
die ganze Wahrheit darüber zu erfahren 61

1.1. Wie man es nicht machen sollte 63

1.2. Merkmalsorientierung vernachlässigt die Kundensicht..... 67

2. Ereignisorientierung ist Kundenorientierung..... 73

2.1. Wie Qualitätsurteile zustande kommen..... 74

2.2. Verfahren zum Aufspüren von qualitätsbildenden
Erlebnissen..... 77

3. Folgen für die Qualitätssicherung 87

**Kapitel 4: Wie man Kundenzufriedenheit produziert -
Der Problemkonkretisierte Verbesserungs-
prozeß ("PVP")**..... 91

1. Stufe 1, Analyse: Die Kunden haben das Sagen..... 93

1.1. Erfragung kritischer Ereignisse..... 94

1.2. Befragungstaktische Hilfe..... 97

1.3. Interview-Auswertung 102

1.3.1. Auswahl kritischer Ereignisse..... 102

1.3.2. Kategorisierung zur Managementinformation..... 105

1.3.3. Ermittlung der Häufigkeiten und
konkretisierende Dokumentation 109

2. Stufe 2, Synthese: Ein Pflichtenheft aus
Kundensicht verfassen..... 112

2.1. Organisatorischer Rahmen..... 112

2.1.1. Methodische Unterstützung	113
2.1.2. Personelle Voraussetzungen.....	115
2.2. Ist-Zustand der eigenen Leistungen feststellen	120
2.3. Das Leistungs-Soll aus Kundensicht definieren	125
2.4. Mittels Soll-Ist-Vergleich die Leistungen optimieren.....	135
2.5. Implementierung der externen Qualität.....	138
2.5.1. Die Organisation kundenorientiert gestalten	138
2.5.2. Kundenorientiertes Denken installieren.....	142
3. Stufe 3, Revision: Über die Einhaltung des Pflichtenheftes wachen	144
3.1. Varianten multiattributiver Verfahren	147
3.1.1. Einstellungsorientierte Varianten	149
3.1.2. Zufriedenheitsorientierte Varianten	152
3.2. Nutzen des Befragungs-Mix	154
4. Stufe 4, Kultivierung: Die Kundenzufriedenheit permanent pflegen	156
4.1. "P" heißt auch permanent	160
4.2. Zum Schluß: Warum der "PVP" interne und externe Qualität zwangsweise koppelt	161
Anmerkungen	165
Literaturverzeichnis	175