

Qualität und Kundenbindung für Informationseinrichtungen

Prof. Dr. Hans-Christoph Hobohm

FH Potsdam

<http://www.fh-potsdam.de/~hobohm/>

- Qualität
- Qualitätsmanagement
- Kundenbindung
- EFQM Model for Business Excellence
- lernende Organisation
- Innovation

Qualität

- "fitness for purpose"
- ➔ Kunde bestimmt Qualität
- ➔ Problem der Zielgruppendefinition
(wer zahlt die Dienstleistung?)

Hobohm: Qualität und Kundenbindung

Qualitätsmanagement

- TQM = umfassende Ausrichtung auf den Kunden
- erweiterter Kundenbegriff
(auch betriebsintern)
- "ständige Verbesserung"
- "commitment"

Hobohm: Qualität und Kundenbindung

QM Elemente (InfonetzBayern)

- Verantwortung des obersten Management
- ganzheitlich
- Vertrauen wecken
- Planung, Prüfung, Vereinbarung
- Dokumenten-managementsysteme
- Auswahl der Info.-Ressourcen
- Dokumentation
- Controlling
- Fehlerbehandlung
- Beschwerde-management
- Audits
- Schulungen
- Statistik

Hobohm: Qualität und Kundenbindung

Zielrichtung?

- alter Wein in neuen Schläuchen?
- Standardvorgaben für Organisation!
- Management by Objectives
- + Prozeßgedanke (Verbesserung)
- ➔ = **Qualität?**

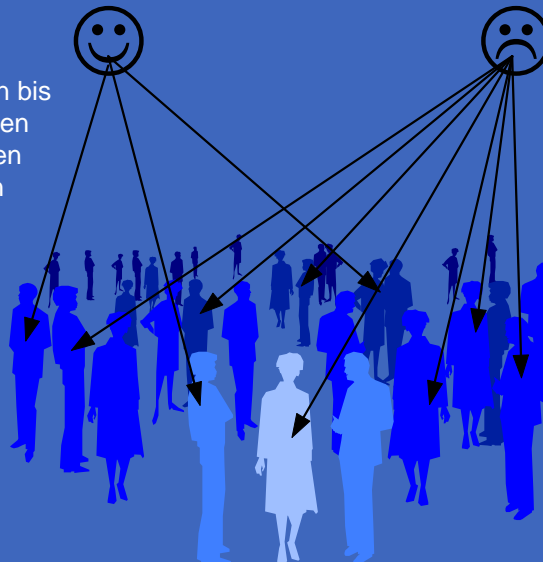
Hobohm: Qualität und Kundenbindung

Relationship Marketing

- Kundenbindung stärken
- Pflege guter Kundenbeziehungen
- der zufriedene Kunde als bester Werbeträger (imagebildend)
- aber: zufriedene Kunden schwerer zu aktivieren

Hobohm: Qualität und Kundenbindung

Zufriedene Kunden vermitteln an bis zu 3 Personen ihre positiven Erfahrungen weiter



Unzufriedene Kunden sprechen mit 10 bis 12 Personen über ihre negativen Erfahrungen

Hobohm: Qualität und Kundenbindung

Effizienz durch Kundenbindung

- Stärkung der Nutzerbindung
 - Stabilität der Geschäftsbeziehungen, Feedback, Aktionsspielraum, Vertrauen
 - in Gefahr durch: Trägheit, Konkurrenz
- Wachstum des Nutzerstammes
 - Marktdurchdringung, Cross-Selling, Kundenempfehlung
 - einseitige Nutzerstruktur
- Größere Profitabilität der Nutzerbeziehung
 - Kosteneinsparung, Erlössteigerung
 - Bindungskosten, generelle Profitabilität

Hobohm: Qualität und Kundenbindung

Kundenbindungsanalyse

- Befragung von Mehrfachkunden
 - z.B. Frage nach Weiterempfehlung, Wiederinanspruchnahme, persönlichem Vorteil durch Dienstleistungen; Gesamtbeurteilung und differenzierte Bewertung einzelner Produkte und Dienstl.
- "happy customer index"
 - zeitliche Veränderungen? = eine Art Kundenzufriedenheitsbarometer
- Spiegelbildbefragung der Mitarbeiter

Hobohm: Qualität und Kundenbindung

Tri:M (Infratest Burke)

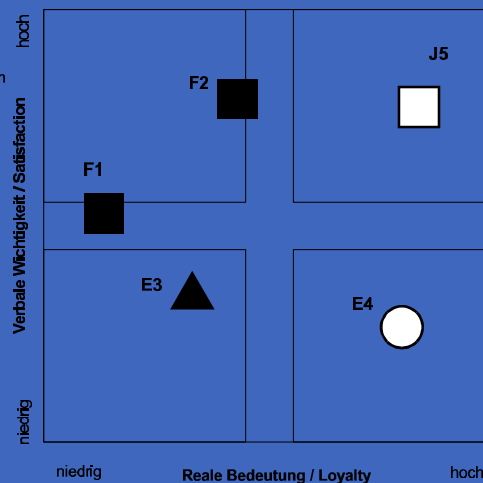
- Gesamtmaßzahl (HCI)
- Tri:M - Grids
 - Vierfeldergraphiken nach verbaler Wichtigkeit (Satisfaction) und realer Bedeutung (Loyalty) einzelner Dienstleistungen und ihrer Eigenschaften
- ➔ strategisches Marketing
 - Einsparmöglichkeiten (Terrorists) - versteckte Chancen (Hostages) - Motivatoren (Apostles) - Hygienefaktoren (Merceraires)

Hobohm: Qualität und Kundenbindung

E3 = Internetangebot
E4 = IVS
F1 = Freundlichkeit am Telefon
F2 = Kompetenz
J5 = allg. Qualität

■ weit überdurchschnittlich
□ überdurchschnittlich
○ weit unterdurchschnittlich
▲ unterdurchschnittlich

Leistungsfähigkeit



Hobohm: Qualität und Kundenbindung

European Foundation for Quality Management (1988)

- European Quality Award
- "concept of excellence"
- self assessment!
- "Business Excellence Model" (BEM)

Hobohm: Qualität und Kundenbindung

Excellence (EFQM)

- | | |
|---|---|
| ■ leadership and consistency of purpose | ■ processes and measurement |
| ■ staff development, involvement and satisfaction | ■ continuous improvement and innovation |
| ■ customer focus | ■ public responsibility |
| ■ supplier partnerships | ■ results orientation |

Hobohm: Qualität und Kundenbindung

BEM

Results:

- customer satisfaction
- people satisfaction
- impact on society
- Business Results

Hobohm: Qualität und Kundenbindung

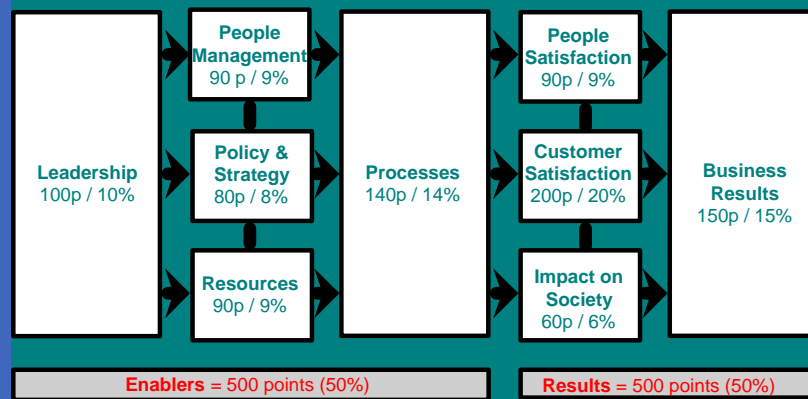
BEM

Enablers:

- Leadership
- Policy & Strategy
- People Management
- Resources
- Processes

Hobohm: Qualität und Kundenbindung

Nine Criterion Parts (BEM)



Hobohm: Qualität und Kundenbindung

Human Resources

- kein Qualitätsmanagement und keine Kundenbindung ohne Mitarbeiter
- hoher Motivationsbedarf
- hoher Fortbildungsbedarf
- kommunikative Fähigkeiten
- Bereitschaft zum lebenslangen Lernen

Hobohm: Qualität und Kundenbindung

lernende Organisation

- mehr als nur "change-management"
- Überleben in sich ändernder Umwelt: Innovation auf Dauer stellen!
- Initiativ- und **Erkenntnis**-Problem
- ständiges Feedback mit der Umwelt (Marketing, Kunde als Warninstanz)

Hobohm: Qualität und Kundenbindung

Die innovative Organisation...

- ist komplex,
- hat flache Hierarchien,
- einen geringen Grad an Routine,
- hat offene Arbeitsplatzbeschreibungen und Mischarbeitsplätze und
- legt mehr Wert auf Arbeitsplatzzufriedenheit als auf Output

Hobohm: Qualität und Kundenbindung

Innovationsfaktoren

- Innovationsklima (Unterstützung)
- Engagement der Beteiligten
- Kommunikations- und Beziehungsarbeit
- klare Zielvorgabe
- Anerkennung (monetär)

Hobohm: Qualität und Kundenbindung

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Für Rückfragen stehe ich per e-mail jederzeit zur
Verfügung: hobohm@fh-potsdam.de.

Die Vortragsfolien sind abrufbar unter:

<http://www.fh-potsdam.de/~hobohm/gib-f.pdf>

Hobohm: Qualität und Kundenbindung