

Измерване на клиентско удовлетворение – важно изискване на ISO 9001:2000

В новата версия 2000 на стандартите на ISO от серия 9000 клиентът е поставен в центъра на вниманието на всички основни дейности на Организацията.

На “входа” са неговите потребности и очаквания, които се превръщат в изисквания към процесите, протичащи в Организацията.

На “изхода” трябва да се извършва измерване на клиентската удовлетвореност. Това е една от най-важните съставки на процеса “Измерване, анализ и подобряване”.

Ориентацията към клиента означава:

- ◆ познаване на потребностите на клиента
- ◆ разбиране и изпълнение на изискванията
- ◆ балансиране на потребностите на клиента и другите заинтересовани страни
- ◆ разпространение в Организацията на информация за потребностите и очакванията
- ◆ познаване на удовлетвореността на клиента и реакция на такава информация
- ◆ управление на връзките с клиента

В своята работа Организацията трябва да балансира потребностите и очакванията на клиентите с тези на останалите заинтересовани страни.

Заинтересованите страни включват:

- ◆ купувачи и потребители
- ◆ хората в Организацията
- ◆ собственици/инвеститори
- ◆ доставчици и други партньори
- ◆ обществото – цялото или част от него

Удовлетворяването на заинтересованите страни включва

- ◆ идентифициране на потребностите и очакванията
- ◆ баланс на потребностите и очакванията на всички страни
- ◆ превръщането им в изисквания към процесите в Организацията
- ◆ информация за изискванията на всяко място в Организацията
- ◆ подобряване на процесите в полза на заинтересованите страни

Дефинирането на клиентските потребности е свързано с:

- ◆ определяне на клиентите, включително потенциалните
- ◆ определяне на важните за клиентите характеристики на продуктите
- ◆ определяне и оценка на предимства и слабости спрямо конкуренцията
- ◆ определяне и оценка на възможности, рискове и бъдещи конкурентни предимства

Процесът “Измерване, анализ и подобрения”

Необходимост от периодични измервания и оценки за:

- ◆ продукта
- ◆ процеса
- ◆ удовлетвореността на клиента
- ◆ по теми, посочени от страните

Документиране, натрупване, анализ, обобщаване, преглед и разпространение на данни

Наличие на критерии и цели

Действия и постигане на полезни резултати

Определяне на методи за идентифициране на полетата за подобрене на цялостната

ефективност на СУК като:

- ◆ измерване на клиентската удовлетвореност
- ◆ вътрешни одити
- ◆ финансови показатели
- ◆ методи за самооценка

Измерване на клиентската удовлетвореност

Въвеждане на процес за събиране, анализ и ползване на информация от клиента чрез:

- ◆ обратна връзка с клиента по всички аспекти на продукта
- ◆ клиентски изисквания – данни от сервиз и от договаряне
- ◆ пазарни потребности
- ◆ информация за конкуренцията

Набиране на информация на база:

- ◆ сигнали и рекламации
- ◆ преки контакти
- ◆ писмени форми
- ◆ насочени групови обсъждания
- ◆ доклади от независими организации
- ◆ публични медии
- ◆ браншови центрове

За повече информация: Бистра Иванова, 0888-899839,
alpha_q@infotel.bg