

Die Bedeutung der Kunden

Auch wenn Sie sich bereits mit den Wünschen und Bedürfnissen Ihrer Kunden beschäftigt haben, vergegenwärtigen Sie sich ganz genau, wer alles zum Kreis Ihrer Kunden gehört.

Kunden sind die Abnehmer von Produkten oder Dienstleistungen. Darüber hinaus ist auch die Person als Kunde zu betrachten, die „nur“ von einem Produkt, einer Dienstleistung oder einem Prozess betroffen ist. Kunden verleihen jeder Einrichtung und Organisation ihre Existenzberechtigung – unterschiedslos, ob es sich beispielsweise um ein Krankenhaus, eine Krankenversicherung, eine soziale Beratungsstelle oder um eine Behörde handelt. Somit dienen auch alle Aktivitäten Ihrer Einrichtung letztlich immer der Zufriedenstellung Ihrer Kunden bzw. Patienten/Klienten.

WICHTIG: Die Kunden stehen mit ihren Erwartungen und Bedürfnissen immer im Zentrum aller Aktivitäten und Bemühungen eines Unternehmens.

Kundenorientierung und Kundenzufriedenheit

Folgerichtig wird unter Kundenorientierung die „Ausrichtung sämtlicher Tätigkeiten und Abläufe eines Unternehmens auf die Wünsche und Anforderungen seiner Kunden verstanden“. Deshalb ist die Analyse der Kundenbedürfnisse und der daraus abgeleiteten Anforderungen eine wichtige Voraussetzung in der Entwicklung und Aufrechterhaltung von Qualität.

Es besteht ein unmittelbarer positiver Zusammenhang zwischen der Kundenorientierung und der Kundenzufriedenheit, d. h. je kundenorientierter ein Unternehmen handelt, umso höher ist in der Regel die Kundenzufriedenheit. Kano hat aus der Analyse von Kundenwünschen unterschiedliche Kundenanforderungen abgeleitet:

- a) Grundforderungen, die so selbstverständlich sind, dass sie dem Kunden erst bei Nichterfüllung bewusst werden (implizite Erwartungen). Die Grundannahmen sind so selbstverständlich, dass sie bei der Erfüllung keine besondere Zufriedenheit erzeugen. Werden sie jedoch nicht erfüllt, dann entsteht Unzufriedenheit. Am Beispiel Arztpraxis: Behandlung nach aktuellsten Erkenntnissen der Medizin.
- b) Leistungs- und Qualitätsanforderungen sind dem Kunden bewusst. Da sie in unterschiedlichem Ausmaß erfüllt werden können, rufen sie entsprechend Zufriedenheit oder Unzufriedenheit hervor. Am Beispiel Arztpraxis: Einhaltung von Terminen, ausführliche Aufklärung.
- c) Begeisterungsmerkmale sind Merkmale mit denen der Kunde nicht unbedingt rechnet. Diese Merkmale zeichnen das Produkt oder die Dienstleistung gegenüber der Konkurrenz aus und rufen Begeisterung oder Überraschung hervor. Am Beispiel der Arztpraxis: Besonderer Service im Wartezimmer, wie Kaffee, Wasser und angenehme Sitzmöglichkeiten.