



Effiziente Mitarbeitersteuerung im Contact Center

Die richtigen Fragen stellen und die Antworten richtig interpretieren!





Über uns



Kompetente Beratung – individuelle Software: bei uns finden Sie alles unter einem Dach!

Die PROCESS INNOVATION AG wurde am 01.01.2007 durch die Fusion der MAVOS Software Consult AG und der OSI Informationssysteme AG gegründet.

Dabei entstand ein junges, kreatives und leistungsstarkes Unternehmen. Wir stehen mit fast zwei Jahrzehnten Erfahrung für eine umsetzungsorientierte Beratungs- und Unternehmenskultur mit pragmatischen Lösungen.

Uns ist es wichtig, dass Sie sich ganzheitlich betreut fühlen: von der Analyse interner Prozesse über die Anpassung einer maßgeschneiderten Software bis hin zur prozessoptimierenden Beratung sind Sie bei uns in den besten Händen.

Unsere Lösungen basieren auf exzellentem branchenspezifischem Prozess-Know-how und individualisierbaren Software-Entwicklungen.

Wir ergänzen unser Leistungsangebot je nach Herausforderung durch Partner mit Schwerpunkten Vertrieb, Personalentwicklung, Organisations- und Unternehmenssteuerung.

Account Manager Sparkassen



Christian Kaiser ist als **Account Manager Sparkassen** bei der PROCESS INNOVATION AG tätig.

Nach seinem Einstieg in die PROCESS INNOVATION AG im Jahr 2008 übernahm Herr Kaiser die **erfolgreiche Markteinführung der Frontend-Lösungen TelefonServiceCenter und MarktServiceCenter**.

Als zertifizierter Projektmanagement-Fachmann und Certified IT-Projektmanager (IIR) steht er Kunden bei der **IT-gestützten Optimierung und Automatisierung von Vertriebs- und Serviceprozessen** beratend zur Seite.

Christian Kaiser verfügt über vielseitige Projekterfahrung in der **Optimierung von Geschäftsprozessen in Service-Centern sowie im Knowledge-Management und E-Learning**. Als Dozent bei der Ausbildung zum **IT-Manager (ADG)** referierte Herr Kaiser über das Thema E-Marketing im Zusammenhang mit der „**Virtuellen Filiale**“ und „**IT im Vertrieb**“.

Vor seinem Wechsel zur PROCESS INNOVATION AG war Christian Kaiser von 2000 bis 2007 als Berater/Projektleiter bei dem Frankfurter Genossenschaftsverband **GenoTec GmbH** tätig.

Von 1997 bis 2000 arbeitete Herr Kaiser als IT-Organisator in der **Raiffeisenbank Schwalmstadt eG**, bei der er seine Ausbildung zum Bankkaufmann absolviert hat.

Ziele



Grundüberlegungen zum Thema Qualität vermitteln

Nutzung des Themas Qualitätsmessung zur Mitarbeitersteuerung

Einfache Methoden und Tools im Qualitätsmanagement

Vorteile eines Qualitätshandbuches im Contact Center

Einstieg





Sparkassen sind klar positioniert...

„Es ist das erklärte Ziel der Sparkassen, Deutschlands Qualitätsführer Nummer 1 in allen Finanzangeboten zu sein. Um diesem Anspruch gerecht zu werden, müssen wir die Bedürfnisse und die Zufriedenheit unserer Kunden noch stärker in unser Handeln einbringen.“

„Die Sparkasse Oberhessen ist ein Qualitätsanbieter. Das ist ihr

„Fairness, Ehrlichkeit und Zuverlässigkeit“,
chim Arnold (Verwaltungsratsvorsitzender
id Landrat Rudolf Marx (Stellv. Verwaltungsratsvorsitzender im Jahr 2010).

B. GESCHÄFTSPOLITISCHE STRATEGIE DER SPARKASSE

„Es gibt uns zu...“

„Getestete Qualität“

„Individuelle Kunden Servicequalität sind zentrale Erfolgsfaktoren im Finanzdienstleistungsbereich. Unser Ziel ist der Ausbau der Service- und Qualitätsführerschaft im Geschäftsgebiet.“

Die Sparkasse ist ein Wirtschaftsunternehmen in kommunaler Trägerschaft mit der Aufgabe, der geld- und kreditwirtschaftlichen Versorgung der Bevölkerung und der Wirtschaft insbesondere des satzungsmässigen Geschäftsgebietes und des Trägers zu dienen und den Wettbewerb im Kreditgewerbe zu stärken. Dazu bietet sie als Mitglied der arbeitsteiligen Sparkassen-Finanzgruppe unter Beachtung gesetzlicher Normen alle banküblichen Finanzdienstleistungen an. **Als kundennaher Qualitätsanbieter** verfolgt die Sparkasse Westmünsterland das Ziel, ihre Marktführerschaft im Westmünsterland durch ein kontinuierliches Wachstum ihres Kundengeschäftsvolumens zu sichern. Die Geschäfte werden unter Beachtung des öffentlichen Auftrages nach kaufmännischen Grundsätzen geführt. Die Gewinnerzielung ist nicht Hauptzweck des Geschäftsbetriebes.

Ihr Selbstverständnis, ihre strategischen Leitsätze sowie insbesondere die Ziele ihrer wesentlichen Geschäftsaktivitäten hat die Sparkasse Westmünsterland in einer Geschäftsstrategie dokumentiert. Zu den übergeordneten Zielen im Lagebericht sind im Folgenden die Ergebnisse dargestellt. Eine zur Geschäftsstrategie konsistente Risikogesamtstrategie und weitere Teilstrategien ergänzen das strategische Zielsystem der Sparkasse Westmünsterland. Der Vorstand hat die Strategien überprüft und den veränderten Rahmenbedingungen, insbesondere den überarbeiteten aufsichtsrechtlichen Vorgaben der dritten MaRisk-Novelle, angepasst. Die Strategien wurden mit dem Risikoausschuss des Verwaltungsrates der Sparkasse erörtert und innerhalb des Hauses kommuniziert. Der Risikoausschuss hat den Verwaltungsrat über die Erörterungen informiert.

„im deutschen Sparkasse“



Die Sparkassen haben sich in ihrer Geschäftsstrategie das Ziel gesetzt, Qualitätsführer zu sein. Die Bedürfnisse und die Zufriedenheit der Sparkassenkunden rücken damit noch stärker in den Mittelpunkt ihres Handelns. In regelmäßigen Abständen treten die Sparkassen nun mit ihren Kunden in einen Dialog, wo sie mit der Sparkasse zufrieden sind und wo nicht. So wurde im Frühjahr letzten Jahres eine erste flächendeckende Kundenzufriedenheitsbefragung durchgeführt. Mehr als 65.000 Sparkassenkunden in Rheinland-Pfalz und knapp eine halbe Million bundesweit haben sich an der Online-Umfrage beteiligt. Damit zählt die Befragung zu der größten ihrer Art im deutschen Finanzdienstleistungssektor.



Qualitätsversprechen Nr. 7: Die Meinung unserer Kunden ist uns wichtig.



„dabei nicht nur in strategische Konzepte...“
„...von allen Mitarbeitern gelebt werden.“

Überlegene Qualität in Beratung und Service zu bieten – so lautet ein Hauptziel der deutschen Sparkassen-Finanzgruppe. Eine

Details | Schritt 1 | Schritt 2 | Schritt 3 | Schritt 4 | Schritt 5 | Schritt 6

Immobilienwerb warum - und warum gerade jetzt? Der Zeitpunkt für den Kauf oder Bau einer Immobilie ist gegenwärtig besonders günstig. Die Zinsen sind (noch) niedrig, die Preise für Immobilien sind stabil. Und nach wie vor bedeutet die eigene Immobilie hohe Lebensqualität und Unabhängigkeit.

Sparkasse Erding - Dorfen - Ihr Qualitätsanbieter in Sachen Immobilie!

Eigentum schaffen im schönen Landkreis Erding ist für uns Herzenssache! **Ihre Ansprechpartner** ➔

Gehen Sie mit uns die 6 Schritte:

Schritt 1: Der Kassensturz	➔ Details
Schritt 2: Immobilienauswahl	➔ Details
Schritt 3: Die Finanzierung	➔ Details
Schritt 4: Beim Notar	➔ Details
Schritt 5: Der Umzug	➔ Details
Schritt 6: Einfach genießen	➔ Details

Trotz des guten Ergebnisses seines Hauses 2011 stellte der **vorstandsvorsitzende der sparkasse Göttingen Kainer Haig** in seiner Rede klar, dass die Krise an den internationalen Finanzmärkten und die Schuldenkrise der Euro-Staaten keineswegs überstanden sei. Trotzdem werde sein Institut der Verantwortung als größter Kreditgeber der regionalen Wirtschaft auch in diesem Jahr nachkommen. Außerdem werde man auch 2012 die Kundenzufriedenheit weiter erhöhen, die Wettbewerbsfähigkeit stärken und sich als erstklassiger Qualitätsanbieter weiter etablieren.

↪ Welche der folgenden Aussagen trifft auf Ihr Haus zu?

**Unsere
Mitarbeiterkapazitäten sind
ausreichend bemessen**

trifft genau
zu



trifft überhaupt
nicht zu

**Unsere Telefonagenten
werden ständig
weitergebildet**

trifft genau
zu



trifft überhaupt
nicht zu

**Gesprächsdauer ist für uns
untergeordnet**

trifft genau
zu



trifft überhaupt
nicht zu

**Wir prüfen die Qualität
durch ständige
Kundenbefragungen**

trifft genau
zu



trifft überhaupt
nicht zu

**Prozesse unterliegen
ständiger Qualitätskontrolle**

trifft genau
zu



trifft überhaupt
nicht zu

← Höhere Kosten -
verbesserte Qualität

→ Niedrigere Kosten -
verringerte Qualität

Nach der Norm ISO 9000 ist Qualität (positiv oder negativ begutachtet) ein „Grad in dem ein Satz inherenter Merkmale Anforderungen erfüllt“

Qualitätsmanagement ist das Leiten und Lenken einer Organisation bezüglich Qualität, was in der Regel das Festlegen von Qualitätspolitik und Qualitätszielen sowie die Planung, Lenkung und Sicherung der Qualität einschließlich der kontinuierlichen Verbesserungen umfasst.

(EN ISO 9000, 2000)

Was macht einen „qualitativ guten“ PKW für Sie aus?



Italien

Schickes Auto
(„una bella macchina“)



Japan

Viel Funktion (Navi, Klima-
anlage, Bordcomputer...)



Deutschland

Sicherheit, Verlässigkeit

(Ergebnisse der GPM Fachgruppenarbeit IPA NEMA, 2002)

Die Einführung eines „Qualitätshandbuches Contact Center“ unter Einbeziehung der Mitarbeiter und des Managements eröffnet neue Sichtweisen auf Ihr Contact Center und kann die Mitarbeiter-Steuerung erheblich vereinfachen.

Setzen Sie an der Stelle Qualitätsakzente, an denen Kunden Ihre Sparkasse am häufigsten erleben – im Contact Center!

- ↳ Das Contact Center Qualitätshandbuch soll Ihnen eine klare Sicht auf die qualitätsrelevanten Kriterien und deren Messverfahren geben. Es enthält
- Grundsätze zum Qualitätsverständnis
 - Verantwortlichkeiten
 - **Herleitungen der Kriterien**
 - **Detailbeschreibungen der Kriterien**
 - Mess-Ergebnis ggf. Aggregation auf Score-Card
 - ...
 - ...

↪ Das Contact Center Qualitätshandbuch soll ihnen eine klare Sicht auf die qualitätsrelevanten Kriterien und deren Messverfahren geben. Es enthält

- Grundsätze zum Qualitätsverständnis
- Verantwortlichkeiten
- **Herleitungen der Kriterien**
- **Detailbeschreibungen der Kriterien**
- Mess-Ergebnisse ggf. Aggregation auf Score-Card
- ...
- ...

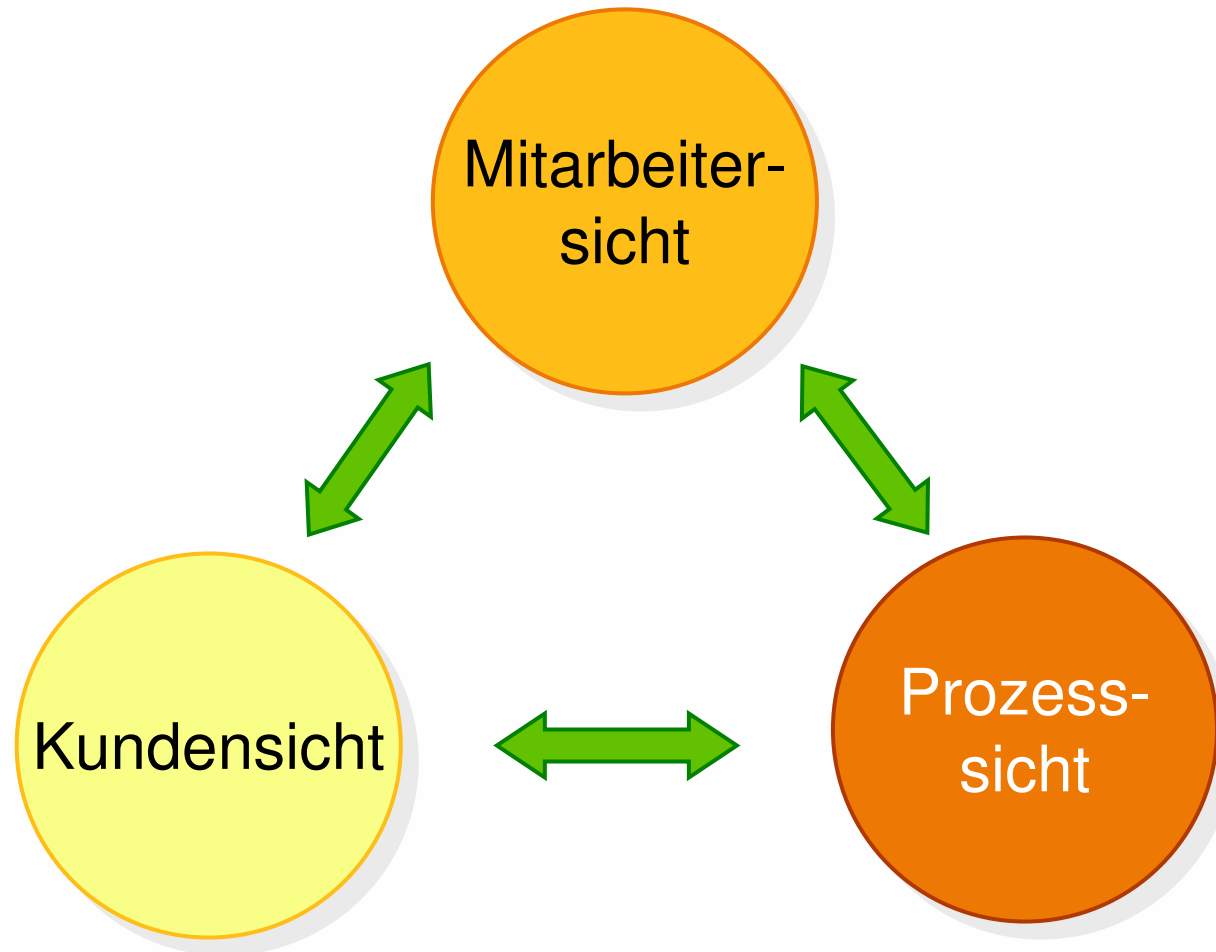
Mit Team und Management erarbeitet!

Schritt 1:

**Qualitätsrelevante Themen
auf Einzelkriterien
herunterbrechen**



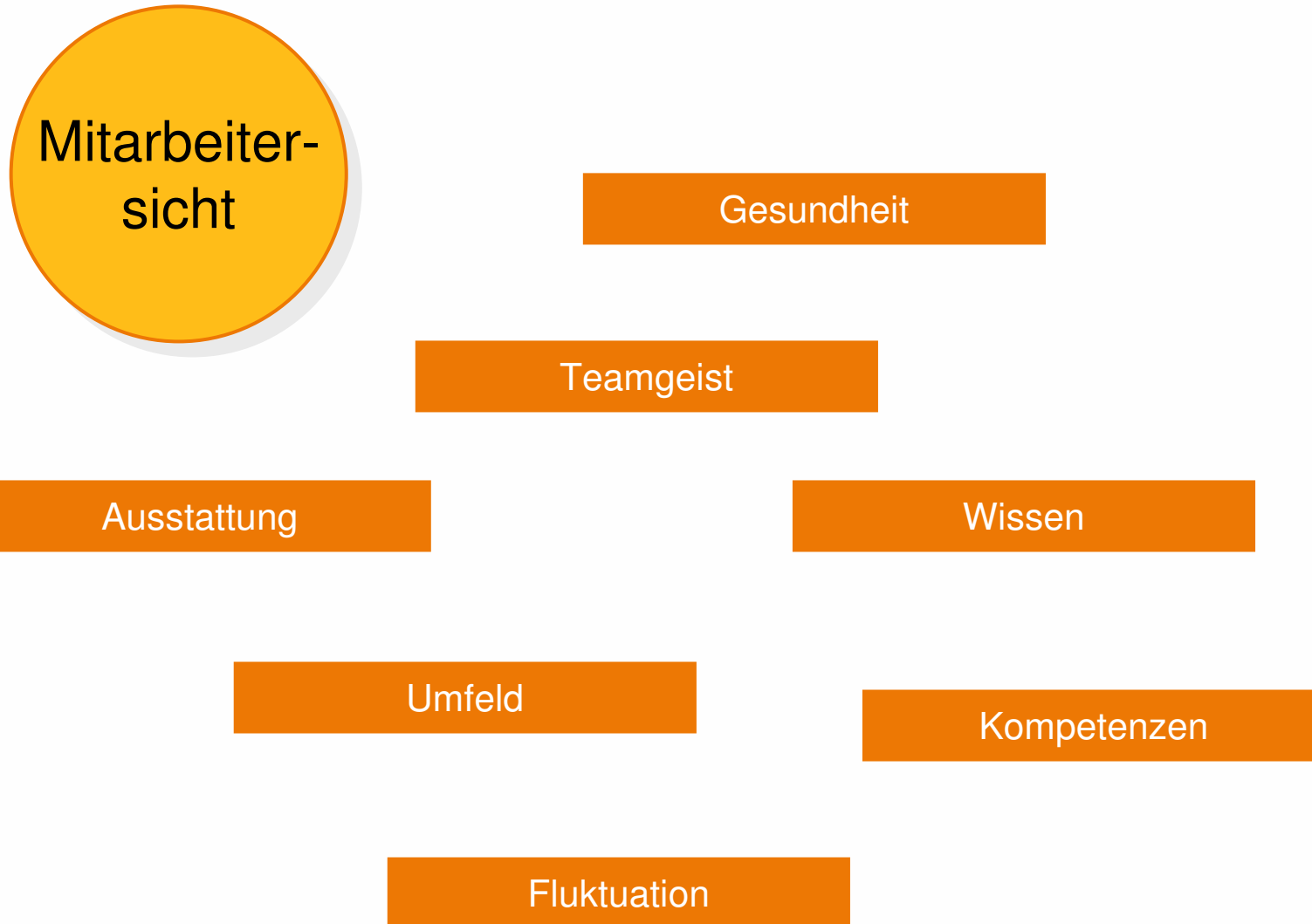
Aus welchen Perspektiven ist Qualität zu beurteilen?



Sammeln Sie zu jeder Perspektive einige Einzelkriterien / Themen die Einfluss auf das Qualitätsurteil haben.

Beispiele:









Schritt 2:

Kriterienformblatt erstellen



- ↩ Name
- ↩ Beschreibung
- ↩ Einstufung hinsichtlich Qualitätsauswirkung
- ↩ Verantwortlichkeit
- ↩ **Messmethode**
- ↩ Messintervall
- ↩ **Ergebniseinstufungen**
- ↩ Steuerungsmöglichkeiten
- ↩ Bemerkungen, Hinweise, rechtliche Einschätzung

**Personen-
bezogene
Dienstleis-
tungen
sind*:**

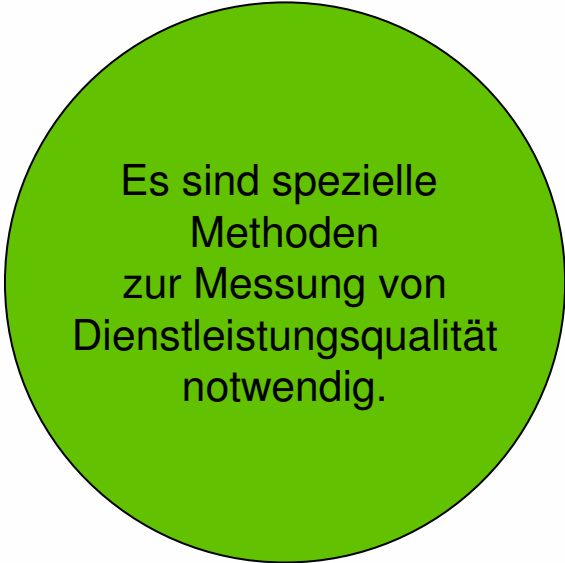
..immateriell

...dem Uno-actu-Prinzip
unterworfen
(Produktion und Konsum fallen zeitlich zusammen)

...nicht lagerfähig

...heterogen

...begrenzt
standardisierbar



Es sind spezielle
Methoden
zur Messung von
Dienstleistungsqualität
notwendig.

*nach Garwin

Welche Methoden stehen uns zur Verfügung?

↪ Kundenbefragung / Mitarbeiterbefragung



↪ Mystery Activities



↪ Geschäftsprozessanalyse



↪ Anruf-/Warteschleifen-Analyse



↪ Wissenstest



↪ Silent Monitoring



Maßnahmen während
des Leistungserbringung
oder kurz danach

Kundenbefragung / Mitarbeiterbefragung

Kundenbefragungen sollten sehr zeitnah nach dem Gespräch erfolgen, da sonst Image und Gesamteindruck der Marke die Gesprächserlebnisse überlagern.



Mystery Activities

Stichwort: Ankündigung...
Wichtig ist die starke Standardisierung in der Vorbereitung, um die Ergebnisse einfach und eindeutig einordnen zu können.



Geschäftsprozess-Analyse

z. B.: Wie zuverlässig laufen die Prozesse ab?
Wie zuverlässig funktionieren Rückrufwünsche?
Ist die Schnittstelle zum Filialbereich einheitlich?



Anruf-/Warteschleifen-Analyse

Wenn möglich erweitern auf Geschäftsprozessebene:
z. B.: “Hängt die Gesprächsdauer mit der Termineinhaltungsquote zusammen?”



Wissenstest

Tests sollten unter den gleichen Bedingungen (mit den gleichen Hilfsmitteln) ablaufen, die auch am Agenten-Arbeitsplatz zur Verfügung stehen.



Silent Monitoring

Rechtliche Rahmenbedingungen beachten (vorherige Vereinbarung, kein ständiges Mithören, Verwertbarkeit regeln....)



Jede Skala hat ihre Nachteile...

sehr gut – gut – eher gut – eher schlecht – schlecht - sehr schlecht

Unterschied zwischen gut und sehr gut...?

1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6

Schulnotensystem: Vorbelegt – aber bei jedem anders...

4 – 3 – 2 – 1

Wenig Differenzierungsmöglichkeiten

5 – 4 – 3 – 2 – 1

Ungerade Skala: Mittelpunkte sind Fluchtpunkte

1-----100

Viele Differenzierungsmöglichkeiten



Thema

1. Auswirkung auf die Qualität	1-2-3-4-5-6-7-8-9-10
2. Messmethode	Beschreiben Sie hier, mit welcher Methode sie die Daten erheben wollen.
3. Messintervall	Geben Sie an, in welchem Intervall Sie die Messungen vornehmen möchten. Bitte beachten Sie die bei der Entscheidung entstehenden Kosten im Verhältnis zu der Auswirkung des Faktors auf die Qualität.
4. Ergebniseinstufungen	0 Punkte = 1 Punkt = 2 Punkte = 3 Punkte = 4 Punkte = 5 Punkte =
5. Steuerungsmöglichkeiten	Mit welchen Maßnahmen kann man positiv auf das Ergebnis einwirken?
6. Bemerkungen	Datenschutz & Abstimmung Personalrat prüfen Sonstige Hinweise und Bemerkungen

Schritt 3:

Kriterienformblatt erstellen





Gesundheit

1. Auswirkung auf die Qualität	eher hoch --X----- eher gering
2. Messmethode	Messung erfolgt durch Erhebung des Krankenstandes über die Personalabteilung <input type="radio"/> Teamebene <input type="radio"/> Agentenebene <input type="radio"/> Anonymisiert
3. Messintervall	Monatlich + Langzeitbetrachtung mit jährlich
4. Ergebniseinstufungen	0 Punkte = Krankentage pro Monat größer als X Tage 1 Punkt = Krankentage pro Monat größer als X Tage 2 Punkte = Krankentage pro Monat größer als X Tag 3 Punkte = Krankentage pro Monat kleiner als X Tag 4 Punkte = Krankentage pro Monat kleiner als X Tag 5 Punkte = Krankentage pro Monat kleiner als X Tag
5. Steuerungsmöglichkeiten	Raumklima, Pausenzeiten Bewegung, Gesundheitskurse Arbeitsplatzausstattung, Hygiene
6. Bemerkungen	Datenschutz & Abstimmung Personalrat prüfen Eventuell zusätzliche Erhebung: Mitarbeiterbefragung?

Füllen Sie einige Kriterienformblätter aus. Achten Sie speziell auf die klare Ergebniseinstufung.



Aufstellung einzelner Messkriterien pro Themensegment



1. Auswirkung auf die Qualität	1-2-3-4-5-6-7-8-9-10
2. Messmethode	<input type="radio"/> Teamebene <input type="radio"/> Agentenebene <input type="radio"/> Anonymisiert
3. Messintervall	
4. Ergebniseinstufungen	0 Punkte = 1 Punkt = 2 Punkte = 3 Punkte = 4 Punkte = 5 Punkte =
5. Steuerungsmöglichkeiten	
6. Bemerkungen	

Aufstellung einzelner Messkriterien pro Themensegment



1. Auswirkung auf die Qualität	1-2-3-4-5-6-7-8-9-10
2. Messmethode	<input type="radio"/> Teamebene <input type="radio"/> Agentenebene <input type="radio"/> Anonymisiert
3. Messintervall	
4. Ergebniseinstufungen	0 Punkte = 1 Punkt = 2 Punkte = 3 Punkte = 4 Punkte = 5 Punkte =
5. Steuerungsmöglichkeiten	
6. Bemerkungen	

Aufstellung einzelner Messkriterien pro Themensegment



1. Auswirkung auf die Qualität	1-2-3-4-5-6-7-8-9-10
2. Messmethode	<input type="radio"/> Teamebene <input type="radio"/> Agentenebene <input type="radio"/> Anonymisiert
3. Messintervall	
4. Ergebniseinstufungen	0 Punkte = 1 Punkt = 2 Punkte = 3 Punkte = 4 Punkte = 5 Punkte =
5. Steuerungsmöglichkeiten	
6. Bemerkungen	

Aufstellung einzelner Messkriterien pro Themensegment



1. Auswirkung auf die Qualität	1-2-3-4-5-6-7-8-9-10
2. Messmethode	<input type="radio"/> Teamebene <input type="radio"/> Agentenebene <input type="radio"/> Anonymisiert
3. Messintervall	
4. Ergebniseinstufungen	0 Punkte = 1 Punkt = 2 Punkte = 3 Punkte = 4 Punkte = 5 Punkte =
5. Steuerungsmöglichkeiten	
6. Bemerkungen	

Aufstellung einzelner Messkriterien pro Themensegment



1. Auswirkung auf die Qualität	1-2-3-4-5-6-7-8-9-10
2. Messmethode	<input type="radio"/> Teamebene <input type="radio"/> Agentenebene <input type="radio"/> Anonymisiert
3. Messintervall	
4. Ergebniseinstufungen	0 Punkte = 1 Punkt = 2 Punkte = 3 Punkte = 4 Punkte = 5 Punkte =
5. Steuerungsmöglichkeiten	
6. Bemerkungen	

Aufstellung einzelner Messkriterien pro Themensegment



1. Auswirkung auf die Qualität	1-2-3-4-5-6-7-8-9-10
2. Messmethode	<input type="radio"/> Teamebene <input type="radio"/> Agentenebene <input type="radio"/> Anonymisiert
3. Messintervall	
4. Ergebniseinstufungen	0 Punkte = 1 Punkt = 2 Punkte = 3 Punkte = 4 Punkte = 5 Punkte =
5. Steuerungsmöglichkeiten	
6. Bemerkungen	

Aufstellung einzelner Messkriterien pro Themensegment



1. Auswirkung auf die Qualität	1-2-3-4-5-6-7-8-9-10
2. Messmethode	<input type="radio"/> Teamebene <input type="radio"/> Agentenebene <input type="radio"/> Anonymisiert
3. Messintervall	
4. Ergebniseinstufungen	0 Punkte = 1 Punkt = 2 Punkte = 3 Punkte = 4 Punkte = 5 Punkte =
5. Steuerungsmöglichkeiten	
6. Bemerkungen	

Aufstellung einzelner Messkriterien pro Themensegment



1. Auswirkung auf die Qualität	1-2-3-4-5-6-7-8-9-10
2. Messmethode	<input type="radio"/> Teamebene <input type="radio"/> Agentenebene <input type="radio"/> Anonymisiert
3. Messintervall	
4. Ergebniseinstufungen	0 Punkte = 1 Punkt = 2 Punkte = 3 Punkte = 4 Punkte = 5 Punkte =
5. Steuerungsmöglichkeiten	
6. Bemerkungen	

Aufstellung einzelner Messkriterien pro Themensegment



1. Auswirkung auf die Qualität	1-2-3-4-5-6-7-8-9-10
2. Messmethode	<input type="radio"/> Teamebene <input type="radio"/> Agentenebene <input type="radio"/> Anonymisiert
3. Messintervall	
4. Ergebniseinstufungen	0 Punkte = 1 Punkt = 2 Punkte = 3 Punkte = 4 Punkte = 5 Punkte =
5. Steuerungsmöglichkeiten	
6. Bemerkungen	

Aufstellung einzelner Messkriterien pro Themensegment



1. Auswirkung auf die Qualität	1-2-3-4-5-6-7-8-9-10
2. Messmethode	<input type="radio"/> Teamebene <input type="radio"/> Agentenebene <input type="radio"/> Anonymisiert
3. Messintervall	
4. Ergebniseinstufungen	0 Punkte = 1 Punkt = 2 Punkte = 3 Punkte = 4 Punkte = 5 Punkte =
5. Steuerungsmöglichkeiten	
6. Bemerkungen	

Aufstellung einzelner Messkriterien pro Themensegment



1. Auswirkung auf die Qualität	1-2-3-4-5-6-7-8-9-10
2. Messmethode	<input type="radio"/> Teamebene <input type="radio"/> Agentenebene <input type="radio"/> Anonymisiert
3. Messintervall	
4. Ergebniseinstufungen	0 Punkte = 1 Punkt = 2 Punkte = 3 Punkte = 4 Punkte = 5 Punkte =
5. Steuerungsmöglichkeiten	
6. Bemerkungen	

Aufstellung einzelner Messkriterien pro Themensegment



1. Auswirkung auf die Qualität	1-2-3-4-5-6-7-8-9-10
2. Messmethode	<input type="radio"/> Teamebene <input type="radio"/> Agentenebene <input type="radio"/> Anonymisiert
3. Messintervall	
4. Ergebniseinstufungen	0 Punkte = 1 Punkt = 2 Punkte = 3 Punkte = 4 Punkte = 5 Punkte =
5. Steuerungsmöglichkeiten	
6. Bemerkungen	

Aufstellung einzelner Messkriterien pro Themensegment



1. Auswirkung auf die Qualität	1-2-3-4-5-6-7-8-9-10
2. Messmethode	<input type="radio"/> Teamebene <input type="radio"/> Agentenebene <input type="radio"/> Anonymisiert
3. Messintervall	
4. Ergebniseinstufungen	0 Punkte = 1 Punkt = 2 Punkte = 3 Punkte = 4 Punkte = 5 Punkte =
5. Steuerungsmöglichkeiten	
6. Bemerkungen	

Aufstellung einzelner Messkriterien pro Themensegment



1. Auswirkung auf die Qualität	1-2-3-4-5-6-7-8-9-10
2. Messmethode	<input type="radio"/> Teamebene <input type="radio"/> Agentenebene <input type="radio"/> Anonymisiert
3. Messintervall	
4. Ergebniseinstufungen	0 Punkte = 1 Punkt = 2 Punkte = 3 Punkte = 4 Punkte = 5 Punkte =
5. Steuerungsmöglichkeiten	
6. Bemerkungen	

Aufstellung einzelner Messkriterien pro Themensegment



1. Auswirkung auf die Qualität	1-2-3-4-5-6-7-8-9-10
2. Messmethode	<input type="radio"/> Teamebene <input type="radio"/> Agentenebene <input type="radio"/> Anonymisiert
3. Messintervall	
4. Ergebniseinstufungen	0 Punkte = 1 Punkt = 2 Punkte = 3 Punkte = 4 Punkte = 5 Punkte =
5. Steuerungsmöglichkeiten	
6. Bemerkungen	

Schritt 3:

Test des Messsystems



Damit die Messergebnisse brauchbar sind,

- ↪ ...prüfen Sie, ob die Messmethode passt – ggf. testen Sie eine andere Methode
- ↪ ...checken Sie anhand von Einzelerhebungen, ob alle Ergebnisse klar eingestuft werden können.
- ↪ ...verifizieren Sie ggf. mit anderen Sparkassen, Management oder Team, ob die Auswirkung auf die Qualität korrekt eingestuft ist.
- ↪ ...stimmen Sie alle Maßnahmen mit Datenschutz, Rechtsabteilung / Personalrat ab

Schritt 4:

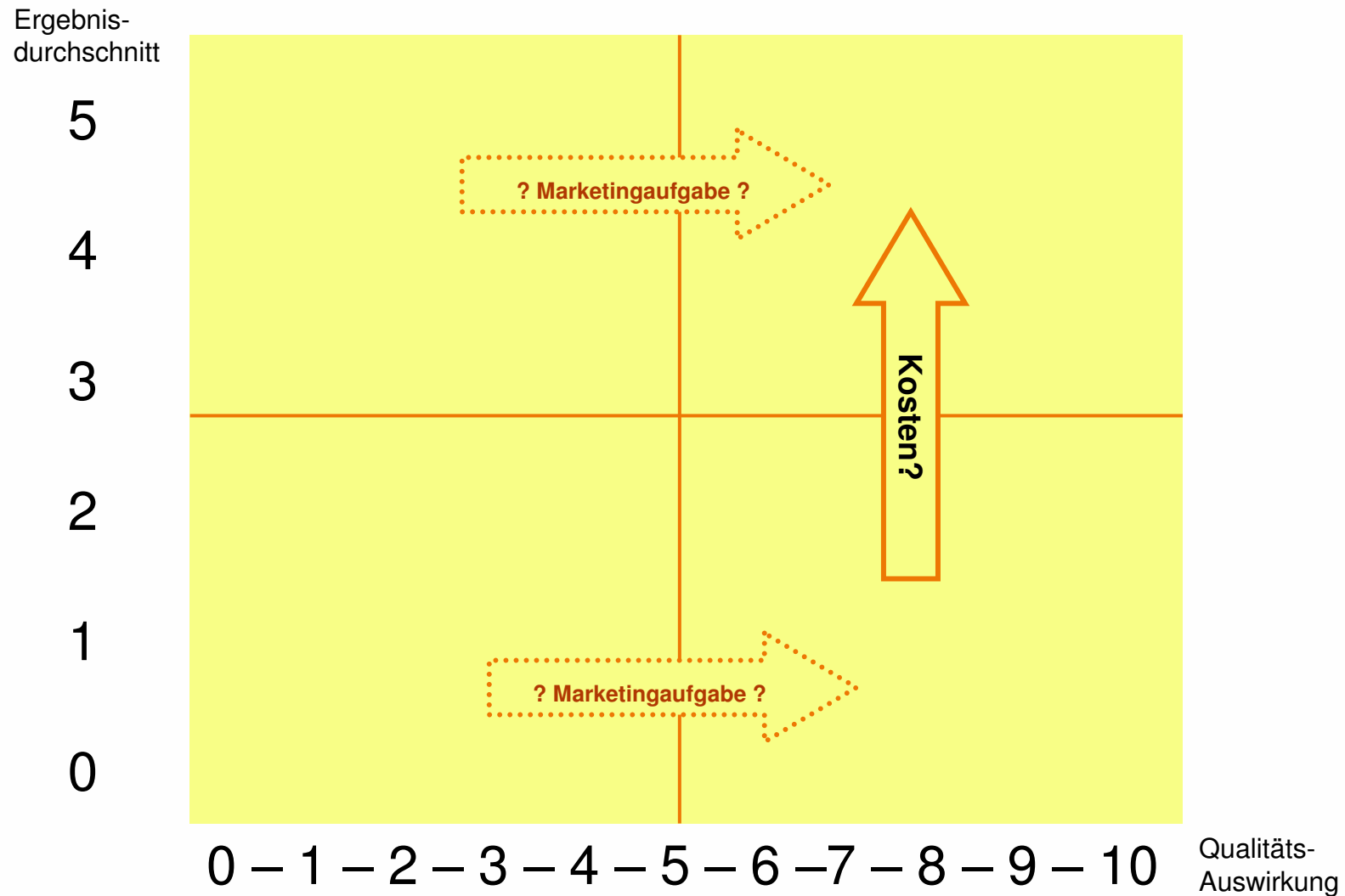
Durchführung der Messungen



- ↪ Wählen Sie in der ersten Phase die wichtigsten 20% der Kriterien mit der größten Auswirkung auf die Qualität
- ↪ Schätzen Sie die Kosten für Messung inkl. Auswertung im Vorfeld ab und berechnen Sie anhand des Intervalls die Kosten per annum.
- ↪ Setzen Sie die Kosten ins Verhältnis zur „Auswirkung auf die Qualität“
- ↪ Setzen Sie die beiden Werte ins Verhältnis
- ↪ Je kleiner das Ergebnis, umso früher starten Sie die Maßnahme

z. B.	Kriterium 1 = Messkosten 2.300,00 EUR / Auswirkung 9 = 256	Platz3
	Kriterium 2 = Messkosten 500,00 EUR / Auswirkung 7 = 71	Platz1
	Kriterium 3 = Messkosten 900,00 EUR / Auswirkung 10 = 90	Platz2

↪ Nutzen Sie ein Quadranten-System, um Verbesserungsmaßnahmen zu priorisieren





Erfolgsfaktoren für die Einführung

Stakeholder

- Involvieren Sie sowohl Ihre Entscheider als auch Ihre Mitarbeiter. Machen Sie sie zu Mitverantwortlichen und verfeinern Sie die Konzepte im Rahmen von Workshops.

Kommunikation

- Machen Sie Ihre Maßnahmen transparent. Erstellen Sie nach oben und unten Bericht. Nur so erreichen Sie einen kontinuierlichen Prozess, der von allen weitergetragen wird.

Konsequenz

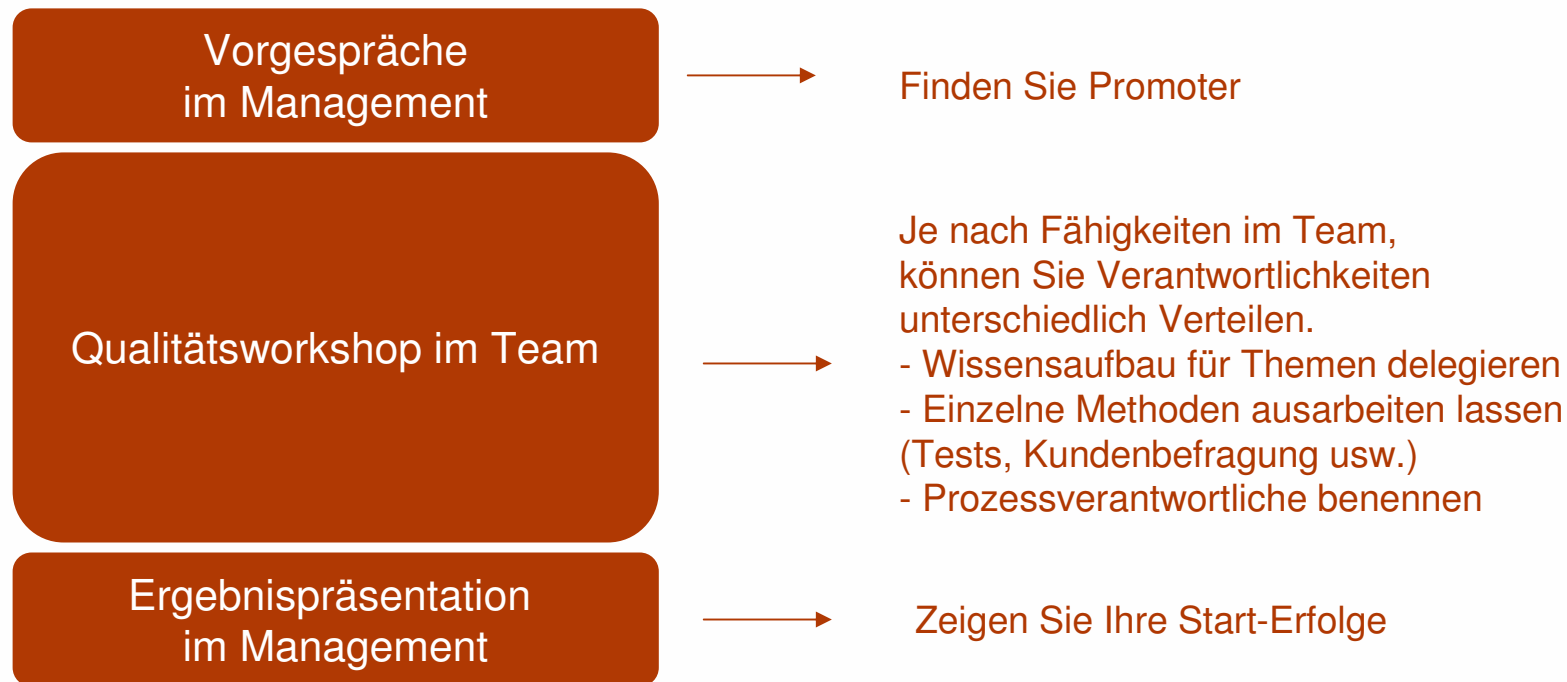
- Feste Termine und Vereinbarungen in den Workshops treffen. Regelmäßige Kommunikationskreise festlegen, in denen Bericht erstattet wird.

Augenmaß

- ...bei der Nutzung des bereitgestellten Budgets. Nicht alle Messungen bringen neue Erkenntnisse und nicht alle Maßnahmen haben Verbesserungseffekte.

Stakeholder

- Involvieren Sie sowohl Ihre Entscheider als auch Ihre Mitarbeiter. Machen Sie sie zu Mitverantwortlichen und verfeinern Sie die Konzepte im Rahmen von Workshops.



Kommunikation

- Machen Sie Ihre Maßnahmen transparent. Erstellen Sie nach oben und unten Bericht. Nur so erreichen Sie einen kontinuierlichen Prozess, der von allen weitergetragen wird.

regelmäßige Reports



z.B. Qualitätsnewsletter

Kundenkommunikation



Information an Marketing

andere Abteilungen



Interesse für Ihre Aufgaben wecken
Professionalität zeigen – Akzeptanz steigern
Qualitätsgedanke „soll anstecken“
z. B. Tag der offenen Tür

Mitarbeitergespräche



Entscheidungen und Maßnahmen sind
anhand des Qualitätshandbuchs
begründbar und transparent – nutzen Sie dies!

Konsequenz

- Feste Termine und Vereinbarungen in den Workshops treffen. Regelmäßige Kommunikationskreise festlegen, in denen Bericht erstattet wird.

Verbindlichkeit schaffen.



Protokollieren Sie Vereinbarungen und lassen Sie sich diese ggf. von den Mitarbeitern abzeichnen

Planen Sie realistisch!



Termine sollten eingehalten werden. Planen Sie also nicht zu sportlich.

Rückschläge verarbeiten.



Wenn sich Zahlen nicht wie gewünscht entwickeln, gehen Sie offen damit um und dokumentieren Sie die Lessons Learned. Prüfen Sie alle geplanten Maßnahmen entsprechend.

Augenmaß

- ...bei der Nutzung des bereitgestellten Budgets. Nicht alle Messungen bringen neue Erkenntnisse und nicht alle Maßnahmen haben Verbesserungseffekte.

Zunächst kleine Schritte.



Wählen Sie zunächst weniger kostenintensive Erhebungs- und Maßnahmentechniken. Sammeln Sie Erfahrungen und dokumentieren Sie diese.

Planen Sie realistisch!



Termine sollten eingehalten werden. Planen Sie also nicht zu sportlich.

Aufwände im Blick behalten.



Der zusätzlich in Ihrem Team entstehende Aufwand gehört in Ihre Kostenbetrachtung. Nutzen Sie ggf. ein Stufenkonzept, um hier keine Kapazitätsprobleme auszulösen

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

Für Rückfragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.

Ihr Ansprechpartner:

Christian Kaiser

PROCESS INNOVATION AG
Kupferstraße 36, 70565 Stuttgart

Telefon +49 (0)711 - 783 28 - 507

Telefax +49 (0)711 - 783 28 - 10

Christian.Kaiser@processinnovation.de

www.processinnovation.de

