**Integrale kwaliteitszorg en duurzaamheid**

**Huiswerkopgaven les 5**

**Vragen 5.1 t/m 5.16**

**Vragen openingscasus**

**5.1 Welke organisatie biedt volgens jou een excellente klantenservice? Geef minimaal drie redenen waarom jij dat vindt.**

Ik vind Vomar een goede winkel met goede klantenservice. In de winkel er zijn altijd medewerkers bereikbaar die je kan vragen. Je krijgt vergoeding voor die “niet goed” gekochte product en ze hebben “betaalbare” producten.

**5.2 20% van de consumenten geeft in het onderzoek aan dat zij het idee hebben dat er minder aandacht besteed wordt aan het leveren van een goede klantenservice door de economische crisis. Welke argumenten zou jij als manager gebruiken in jouw organisatie om juist meer aandacht aan de klantenservice te besteden in de huidige economie?**

Ik als manager zou JIT- principe invoeren. Als Just In Time- principe binnen een organisatie wordt gevolgd moet er geen klachten zijn of product fouten. Bij JIT moet er nul fouten of zero defects zijn.

**Vragen**

**5.3 Geef aan waarom customer service zich afspeelt op het speelveld van marketing en logistiek.**

Even bij marketing en logistiek willen ze klanten aan zich te binden. Via marketing communiceert de onderneming met de customer en probeert aan hun verwachtingen te voldoen. Customer service is niet alleen een klantenafdeling maar ook een afhaalpunt. Een customer service gaat ook een spoedorder uitvoeren en moet ook levering betrouwbaar zijn.

**5.4 Wat marketing belooft, moet logistiek waarmaken. Licht deze stelling toe.**

Dat betekent dat een goede logistieke uitvoering een aanwijst naar een goede marketingperformance. De belofte kan via een aangepaste toeleveringsketen waargemaakt worden. Informatie, kommunicatie en de samenwerking tussen de verschillende onderdelen moeten doorwerken.

**5.5 Noem en omschrijf de drie uitgangspunten van Christopher bij het ontwikkelen van een customer-servicebeleid.**

Bij het ontwikkelen van een customer-servicebeleid worden drie uitgangspunten van Christopher gehanteerd:

* *Het formuleren-* van een overall filosofie over customer service. In stellingen van gewenste houding van kopers, verkopers/medewerkers van de eigen bedrijf, organisatie en verantwoordlijkheden.
* *Het ontwikkelen van interne normen voor customer.* Deze normen moeten gebaseerd zijn op kwantitatieve informatie over kosten en winsten die verbonden zijn.
* *Het informeren van de afnemers* over het customer-serviceniveau. Informatie over je kan verwachte van de organisatie.

**5.6 Welke aspecten bepalen de output van het customer-servicebeleid?**

Betrouwbaarheid: is de organisatie betrouwbaar? Komt de organisatie haar belofte na?  
Responsiviteit: luistert de medewerker naar de klant en doet ze ook iets?  
Zekerheid: doet de organisatie iets in wat een klant zegt?  
Inlevingsvermogen: kan de organisatie vanuit de kants perspectief kijken?   
Tastbaarheden: Hoe scoort de organisatie op tastbare aspecten?

**5.7 Waarom zijn prestatie-indicatoren belangrijk?**

Met een prestatie-indicator kan je de prestaties van een organisatie, teams of mensen/medewerkers meten. Zo kan je zien waar een organisatie of medewerkers het goed doen en waar moet het nog verbeterd worden.

**5.8 Welke stappen moeten worden ondernomen om tot een goed systeem van prestatie-indicator te komen?**

Er met een vooronderzoekzijn en op basis van een kort onderzoek wordt er ook bepaald welke klanten worden onderzocht, dus het moet gekoppeld kunnen worden aan acties.  
Het moet goed meetbaar zijn. De onderzoekmethodiek moet bepaald worden. Wordt het een kwantitatief of kwalitatief onderzoek? Welke analyses en welke onderzoekstechnieken worden toegepast?   
Een goed onderzoek is goed omschreven. Wat wil je meten? Je moet duidelijk zijn, je moet je vragen ontwerpen.  
Het moet haalbaar en realistisch zijn. En na het uitgevoerde onderzoek er wordt data geanalyseerd, verbanden worden gelegd en ten slot op basis van het onderzoek worden vervolgstappen gezet.

**5.9 De in te voeren prestatie-indicatoren moeten onderling een zekere samenhang vertonen. Waarom is dit noodzakelijk?**

Bij het nemen van beslissingen worden de prestatie-indicatoren gezamenlijk beïnvloed en dat is noodzakelijk want om prestatie-indicator individueel in te voeren is onmogelijk. Je moet naar alternatieven kijken.

**5.10 Bestaat er een verband tussen de omzet, de logistiek kosten en de hoogte van de customer-servicegraad? Licht je antwoord kort toe.**

Ik vind van ja, er bestaat en verband tussen omzet, logistiek kosten en customerservicegraad. Hogere logistiek kosten zorgen voor betere kwaliteit ’s bezorging. De goede kwaliteit wordt ook door de klant waargenomen. Dus hogere logistiek kosten zorgen voor minder klachten over bezorging en dat betekent dat er zijn minder problemen om te oplossen. Minder problemen creëert meer tijd voor de klantenservice om andere of bestaande problemen op te lossen. Je hebt tevredene klanten, scoort betere reviews, meer klanten, meer bestelling en meer omzet.

**5.11 Geef aan uit welke aspecten een klachtenregistratie- en klachtenbehandelingssysteem zou moeten bestaan.**

Om beter te begrijpen de klachten moet het system naar paar vragen kijken: op welke aspecten heeft de klacht betrekking? Tegen wie zijn de klachten? En wat is de aanleiding tot het uiten van klachten? Bij de klachtregistratie moet je de klanttevredenheid herstellen en verbeteren. Je wil altijd een daling van klachten en toename van klanttevredenheid. Het systeem moet beter inzicht hebben in klachten, fouten.

**5.12 Welke stappen onderneem je om een klachtenregistratie en klachtbehandelingssysteem in een organisatie in te voeren?**

- Als een organisatie moet je eerst de klacht herkennen. Sta open voor klachten en herken ze op tijd.  
- Verken het probleem, wees uw eigen ombudsman. Probeer het om op te lossen, vraag aan een collega.  
- Laat van je horen. Je moet de klant op de hoogte houden van de voortgand van de afwikkeling van de klacht en een indicatie geven van de tijd.  
- De organisatie moet een dossier maken van elke klacht met alle relevante informatie.  
- De organisatie moet oordeel geven, misschien moet er een onderzoek komen?  
- Afronden: is de klacht terecht? Maak een compromis. Een voorstel doen waarmee de klant tevreden is.   
- Alles documenteren wat er allemaal gedaan werd en hoe.

**5.13 Zie paragraaf 5.5. Noem een vijftal aspecten waarom klanten tevreden kunnen zijn.**

Klanten kunnen door verschillende reden tevreden zijn zoals:  
Kwaliteit- als een product of dienst van hoge kwaliteit is en voldoet aan hun wensen.  
Prijs- als de klanten vinden het product geld waard zullen ze meer tevreden zijn.  
Klantenservice- de manier hoe klanten worden behandeld door het bedrijf heeft ook invloed op tevredenheid. Als ze worden snel goed geholpen zullen ze meer tevreden zijn.  
Betrouwbaarheid- betrouwbaarheid is belangrijk voor klanten.  
Merk- klanten vertrouwen vaker meer op merken met een goede reputatie.

**5.14 Toch zijn er diverse redenen te noemen waarom het voor organisaties zinvol kan zijn zich te richten op klanttevredenheid. Welke redenen zijn dat?**

Klanttevredenheid oplevert diverse voordelen zoals:   
Klantbehoud- tevreden klanten blijven langer en komen altijd terug.   
Klantloyaliteit- door tevreden klanten stijgt klantloyaliteit ook. Klantloyaliteit is belangrijk want deze klanten zijn minder prijsgevoelig en gaan niet snel weg naar een andere.  
Reclame- tevreden klanten maken ook positieve reclame door te vertellen aan andere en dat kan leiden tot nieuwe klanten.  
Bedrijfsresultaten- door tevreden klanten krijgt een bedrijf betere resultaten ook, omdat ze gaan niet snel een klacht indienen en ze blijven komen en dat leidt tot hogere omzetten.   
Imago- klanttevredenheid kan ook leiden tot dat een bedrijf wordt gezien als betrouwbaar en professioneel en dat kan leiden tot een verbeterd imago van het bedrijf.

**Opdrachten**

**5.15 a Maak een plan van aanpak over hoe je deze opdracht denkt uit te voeren.**

Als eerste regel moeten de medewerkers op een vriendelijke en behulpzame manier met de klanten omgaan. Klanttevredenheid is belangrijk dus de medewerkers moeten problemen van klanten snel en professioneel oplossen. De medewerkers moeten weten wat ze gaan doen bij een klacht of hoe ze moeten een probleem oplossen. Ze moeten altijd een goede kommunicatie hebben met de klant, altijd luisteren en weten wanner ze moeten een terugbetaling/tegoedbon of andere soort compensatie aanbieden. En ten slot zie feedback van klanten als cadeau en benut het.

**b Wie wil je in je het projectteam betrekken?**

Ik wil liefst deskundige en mensen met ervaring bij mijn projectteam betrekken. Een projectmanager is belangrijk om te hebben in een projectteam. Een analist, stakeholders en IT- deskundige zijn ook belangrijk om te hebben in mijn team. En ook mensen die goede zicht in budget hebben.

**c Logistiek verbeteren betekent kwaliteitsverbetering. Licht- deze stellingen toe.**

Logistiek en kwaliteitsverbetering worden gecombineerd. “Flow” is belangrijk, het moet een vlotte doorstroom gecreëerd worden en daarom moeten tijdsverspilling voorkomen en materialen reduceren. Tegelijkertijd moet het naar betere kwaliteit toe gewerkt worden. Efficiënt en goed werken, geen tijdverspilling en dat kan leiden tot betere kwaliteit.

**5.16 Noem van elke soort enquête minimaal twee voordelen en twee nadelen.**

**- telefonische enquête:** een telefonisch onderzoek gaat het sneller, heeft lage kosten en kunnen direct ingevoerd worden.  
De nadelen zijn dat het toonmateriaal niet kan gezien worden bijv. afbeelding of een filmpje. Vaker hebben mensen geen tijd of willen niet vragen telefonisch beantwoorden.

**- schriftelijke enquête:** bij een schriftelijk onderzoek kan je lange vragenlijst maken. En er zijn genoeg tijd om vragen beantwoorden en op eigen gemak.  
De nadelen zijn dat je kan lage respons krijgen. Je hebt geen invloed op de respons. De doorverwijzingen naar vragen moeten eenvoudig zijn.

**- persoonlijke enquête:** bij persoonlijke onderzoek zijn er veel mensen bereid om antwoord te geven. Je kan je vragen altijd uitleggen.  
De nadelen zijn dat je kan mensen beïnvloeden en het kost veel tijd.

- **elektronische enquête:** bij een onlineonderzoek kunnen mensen anoniem blijven, ze hebben genoeg tijd om de vragen te beantwoorden, je krijgt snelle resultaten en het is praktisch.  
De nadelen zijn dat je kan vragen makkelijk skippen. Het wordt niet goed nagedacht en mensen nemen online enquête niet zo serieus.