

CUSTOMER SATISFACTION

Tutte le aziende dipendono dai propri clienti ed è indispensabile agire per capire le loro esigenze presenti e future e mirare a superare le loro stesse aspettative per una prestazione di livello superiore.

Parlare di qualità, oggi ed in futuro, non è più sufficiente, per aumentare la propria competitività, è necessario andare **sempre più vicino al cliente**, in ogni momento della relazione e con ogni mezzo, messo a disposizione dal marketing.

QUALITA' PROGETTATA

Ciò che intendo dare al cliente



QUALITA' EROGATA

Quanto riesco a dare al cliente



QUALITA' ATTESA

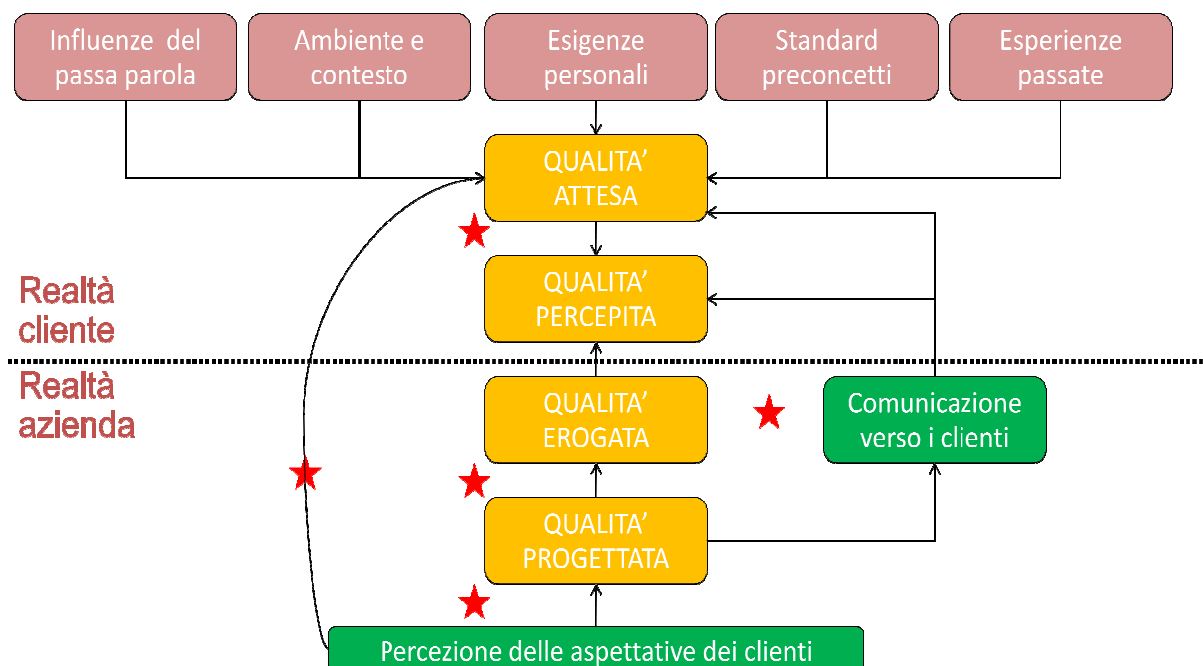
Ciò che il cliente si aspetta di ricevere



QUALITA' PERCEPITA

Ciò che il cliente giudica aver ricevuto

Nuove regole per la customer satisfaction



Essere orientati al cliente significa:

- Individuare e comprendere le vere e non presunte esigenze ed aspettative del cliente.
- Assicurarsi che gli obiettivi dell'azienda siano coerenti con le esigenze e le aspettative individuate.
- Segnalare queste esigenze ed aspettative a tutta l'azienda.
- Coinvolgere tutto il personale aziendale nella comprensione degli obiettivi orientati verso le esigenze del cliente.
- Definire gli strumenti idonei alla misurazione della soddisfazione del cliente ed agire di conseguenza.
- Intensificare i momenti di contatti con i clienti per la misurazione della percezione della qualità attesa e percepita.
- Usare, sistematicamente, tali strumenti e in tutti i momenti di contatto con il cliente e soprattutto dopo la vendita.

I capi stabiliscono unità di intenti e di indirizzo dell'organizzazione. Essi dovrebbero creare e mantenere un ambiente interno che coinvolga pienamente il personale nel perseguimento degli obiettivi dell'organizzazione.

L'applicazione del principio "Leadership" porta normalmente a:

- Tener conto delle esigenze di tutte le parti interessate, inclusi clienti, proprietari, personale, fornitori, comunità locali e la società in generale.
- Stabilire una chiara visione del futuro dell'organizzazione.

Nuove regole per la customer satisfaction

- Fissare obiettivi e traguardi stimolanti.
- Creare e sostenere valori comuni e modelli di regole etiche e di correttezza a tutti i livelli dell'organizzazione.
- Creare fiducia e dissipare timori.
- Fornire al personale le necessarie risorse, l'addestramento e la libertà per agire con responsabilità.
- Stimolare, incoraggiare e riconoscere i contributi forniti dal personale.

Le persone, a tutti i livelli, costituiscono l'essenza di un'organizzazione ed il loro pieno coinvolgimento permette di porre le loro capacità al servizio dell'organizzazione.

L'applicazione del principio "Coinvolgimento del personale" porta normalmente il personale a:

- Comprendere l'importanza del suo contributo e del suo ruolo nell'organizzazione.
- Individuare i vincoli attinenti alle proprie prestazioni.
- Accettare l'incarico e la responsabilità di risolvere i problemi.
- Valutare le sue prestazioni a fronte dei suoi obiettivi e traguardi.
- Ricercare attivamente occasioni per sviluppare le proprie competenze, conoscenze ed esperienze.
- Condividere liberamente conoscenze ed esperienze.
- Discutere apertamente di problemi e situazioni.

Un risultato desiderato si ottiene con maggior efficienza quando le relative risorse ed attività sono gestite come un processo.

L'applicazione del principio "Approccio per processi" porta normalmente a:

- Utilizzare metodi strutturati nella definizione delle attività necessarie ad ottenere i risultati desiderati.
- Stabilire chiaramente le responsabilità per la gestione delle attività principali.
- Analizzare e misurare le potenzialità delle attività principali.
- Individuare le interfacce delle attività principali tra ed all'interno delle funzioni dell'organizzazione.
- Mettere a fuoco i fattori (quali le risorse, i metodi, i materiali) in grado di migliorare le principali attività dell'organizzazione.
- Valutare i rischi, le conseguenze e l'impatto delle attività sui clienti, sui fornitori e sulle altre parti interessate.

Identificare, capire e gestire un sistema di processi interconnessi, mirati a determinati obiettivi, migliora l'efficacia e l'efficienza dell'organizzazione.

L'applicazione del principio "Approccio sistemico alla gestione" porta normalmente a:

- Strutturare il sistema per raggiungere gli obiettivi dell'organizzazione nel modo

Nuove regole per la customer satisfaction

più efficace ed efficiente.

- Comprendere le interdipendenze tra i processi del sistema.
- Impostare approcci strutturati che armonizzino ed integrino tra loro i processi.
- Comprendere meglio i ruoli e le responsabilità necessari per raggiungere gli obiettivi comuni, riducendo quindi le barriere tra le funzioni dell'organizzazione.
- Capire le potenzialità organizzative ed individuare i vincoli sulle risorse prima di iniziare le attività.
- Individuare obiettivi e definire come le attività specifiche dovrebbero inquadrarsi nel sistema.
- Migliorare continuamente il sistema mediante misure e valutazioni.

Il miglioramento continuativo dovrebbe essere un obiettivo permanente dell'organizzazione.

L'applicazione del principio "Miglioramento continuativo" porta normalmente a:

- Adottare, per l'intera l'organizzazione, un approccio coerente nel miglioramento continuativo.
- Addestrare il personale sui metodi e strumenti per perseguire il miglioramento continuativo.
- Fare, del miglioramento continuativo di prodotti, processi e sistemi, un obiettivo per tutto il personale dell'organizzazione.
- Stabilire traguardi per il miglioramento continuativo e misure per seguirne l'andamento.
- Riconoscere e dare credito dei miglioramenti.

Le decisioni efficaci si basano sull'analisi di dati ed informazioni.

L'applicazione del principio "Decisioni basate su dati di fatto" porta normalmente a:

- Assicurarci che i dati e le informazioni siano sufficientemente accurati ed affidabili.
- Rendere accessibili dati ed informazioni a chi ne ha bisogno.
- Analizzare i dati e le informazioni utilizzando metodi validi.
- Assumere decisioni e prendere azioni basandosi su analisi di fatti reali, bilanciandole con l'esperienza e l'intuizione.

Una organizzazione ed i suoi fornitori sono interdipendenti ed un rapporto di reciproco beneficio migliora, per entrambi, la capacità di creare valore.

L'applicazione del principio "Rapporti di reciproco beneficio con i fornitori" porta normalmente a:

Nuove regole per la customer satisfaction

- Stabilire rapporti in grado di bilanciare i guadagni a breve con logiche di lungo termine.
- Condividere esperienze e risorse con i principali partners.
- Identificare e selezionare i fornitori principali.
- Stabilire comunicazioni chiare ed aperte.
- Scambiarsi informazioni e piani per il futuro.
- Individuare attività congiunte per lo sviluppo ed il miglioramento.
- Suggestire, incoraggiare e riconoscere i miglioramenti e gli obiettivi raggiunti.