



Qualitätspyramide

Mit Qualitätsmessungen und Kundenzufriedenheitsanalysen
zur besseren Servicequalität

Qualitätspyramide

Was ist die Qualitätspyramide?

Was sind Qualitätsmessungen?

Was sind Kundenzufriedenheitsanalysen?



smart mob ility

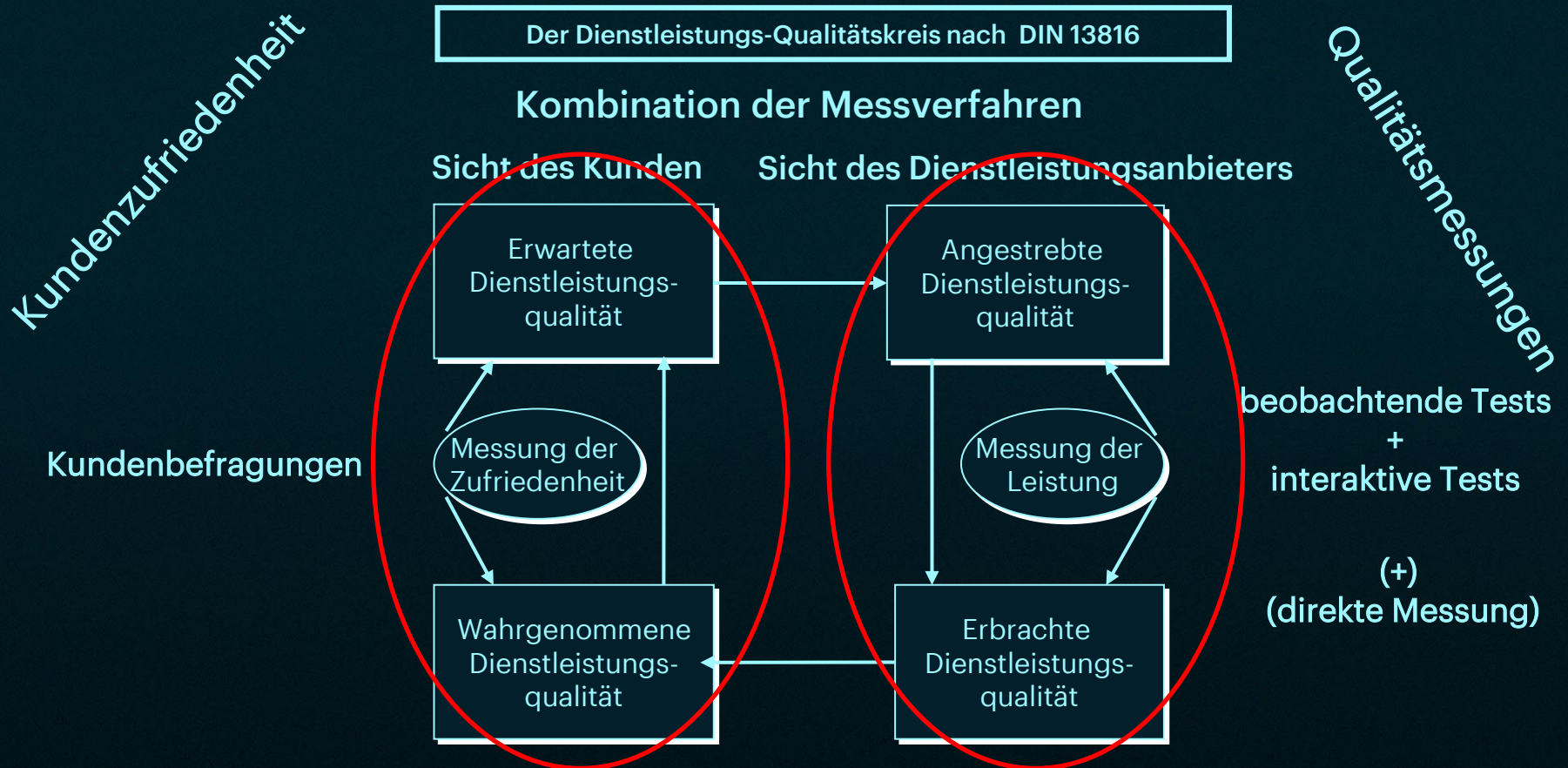
- Mobilitätsmanagement
- Mobilitätsforschung
- Erhebung
- Verkehrsplanung
- Dialog

infra struc ture

- Öffentlicher Verkehr
- Öffentlicher Raum
- Betrieb

Was ist überhaupt die Grundlage?

Grundlage ist die Norm DIN EN 13816:2002 für den Nachweis der Servicequalität von Verkehrsunternehmen im öffentlichen Personenverkehr.



Objektive Qualitätsmessungen

Was sind objektive Qualitätsbewertungen?

Objektive Qualitätsmessungen definieren sich wie folgt:

- Neutrale Testpersonen erheben nach einheitlichen (Bewertungs-) Vorgaben
- Die Bewertungen werden verdeckt und unangekündigt durchgeführt (sog. Mystery Shopping)
- Die Messungen erfolgen kontinuierlich und nach statistisch abgesicherten Vorgaben



Übergeordnetes Ziel:

- Steigerung der Dienstleistungsqualität



Ziele von Qualitätsbewertungen

Bei der Qualitätsbewertung werden folgende **Ziele** verfolgt:

- Gewinnung **objektiver Ergebnisse** durch externe und neutrale Bewerter
- Ermittlung des **Ist-Zustands** der eigenen Servicequalität
- Aufdecken von **Stärken und Schwächen** bezüglich der Servicequalität
- Identifikation betrieblicher **Verbesserungspotenziale**

Benefits von Qualitätsbewertungen

- **Indikator** für das Vorhandensein von **Qualitätsmängeln**
- **Indikator für Qualitätsverbesserungen**
- **Überprüfung** der eigenen **Zielvorgaben** der Dienstleistungsqualität
- Möglichkeit des **gezielten Nachsteuerns** durch Analyse auf Kriterienebene
- **Ergänzung zu Kundenzufriedenheitsanalysen** zum Aufdecken von Problemetails/-ursachen
- **Vertrauenswürdige Basis** für interne Diskussionen (mit Mitarbeiter, Geschäftsführung, Betriebsrat,...)
- **Langfristige Beobachtung** der eigenen Entwicklung der Servicequalität
- **Vergleich** im Rahmen eines Benchmarkprojektes

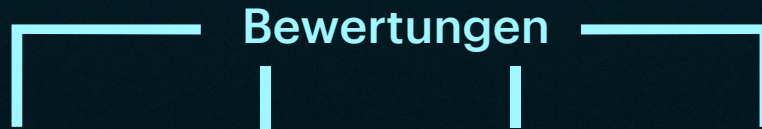


Barometer

Qualitätsbenchmark



Barometer



Bewertungen



Fahrzeuge



Fahrpersonal



Haltestellen



Verkaufsstellen

Kundenzufriedenheits- analysen

Was ist Kundenzufriedenheit?

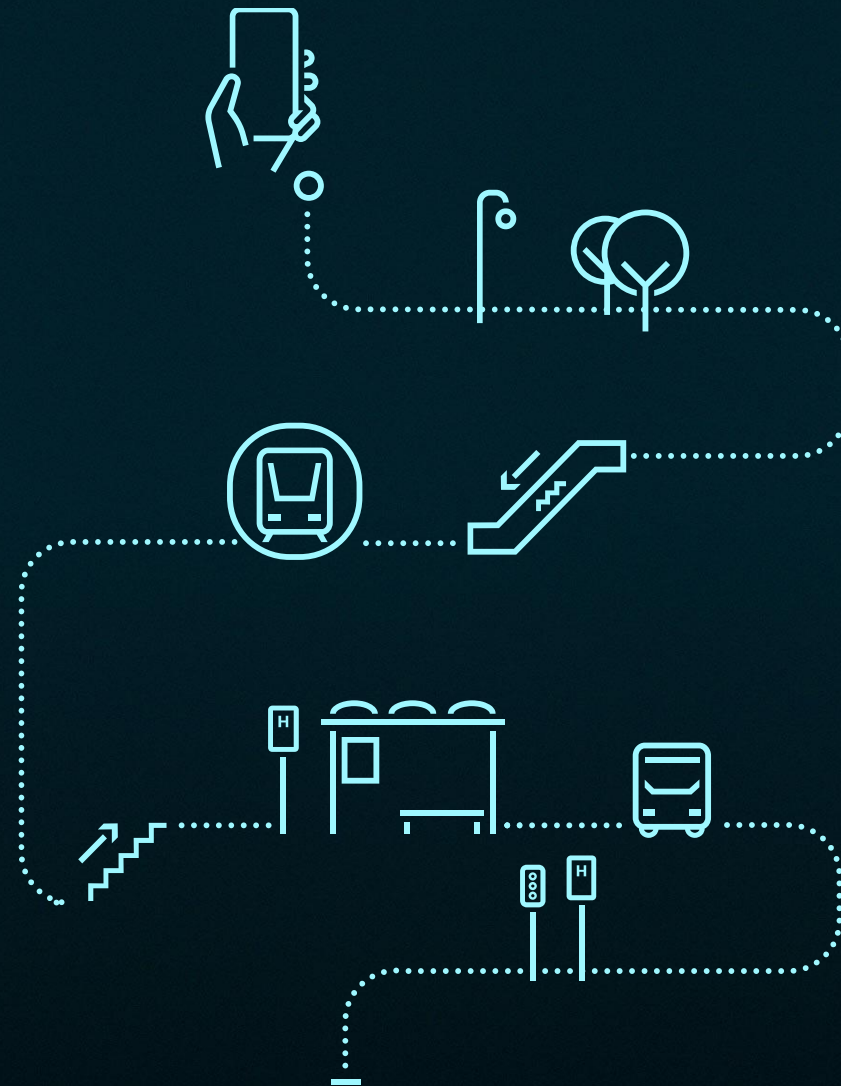
- Befragung von ÖPNV-Kunden (und Nicht-Kunden) mit verschiedenen Methoden: Telefonisch, Online, schriftlich-postalisch per Fragebogen, in den Fahrzeugen via EMMA-App
- **Erwartungen:** Abfrage anhand von vordefinierten Merkmalen (vorurteilsbehaftet – auch Erlebnisse aus der Vergangenheit und Vorurteile spielen eine Rolle)
- **Erfahrungen (Customer Journey):** Abfrage der konkreten Erlebnisse auf einem ÖPNV-Weg (offene Abfrage) (durch den Fokus auf einen ganz bestimmten ÖPNV-Weg werden nur die Erfahrungen mit diesem Weg berichtet und spiegeln daher eher die reale Leistungserbringung des ÖPNV-Unternehmens aus Sicht des Kunden wider)
- Befragungen ad-hoc oder kontinuierlich nach statistisch abgesicherten Vorgaben

Übergeordnetes Ziel:

- **Steigerung der Dienstleistungsqualität**



Customer Journey (Erfahrungen)



Kundenzufriedenheit

ABGLEICH DER ERWARTUNGEN & ERFAHRUNGEN



(für jeden einzelnen Leistungsbereich des ÖPNV-Unternehmens)

ERWARTUNGEN
(an den ÖPNV)

ERFAHRUNGEN
(mit dem ÖPNV)

HOCH

HOCH



Erwartungshaltung an den ÖPNV hoch & Leistungsniveau des ÖPNV ist hoch
Kommunikative Maßnahmen zur *Bestätigung*

NIEDRIG

HOCH



Erwartungshaltung an den ÖPNV niedrig & Leistungsniveau des ÖPNV ist hoch
Kommunikative Maßnahmen / ÖPNV kann seine (Neu-)Kunden *überraschen*

HOCH

NIEDRIG



Erwartungshaltung an den ÖPNV hoch & ÖPNV kann den Ansprüchen nicht gerecht werden
Betriebliche Maßnahmen zur Leistungsverbesserung, damit die Kunden nicht weiterhin *enttäuscht* werden

NIEDRIG

NIEDRIG



Erwartungshaltung an den ÖPNV sind niedrig & Leistungsniveau des ÖPNV ist schlecht
Betriebliche Maßnahmen zur Leistungsverbesserung, um der *Frustration* der Kunden zu begegnen



Was kann der ÖPNV hinzugewinnen?
POTENZIALE



Was kann der ÖPNV verlieren?
ABWANDERUNGSGEFAHR

410-A-229-016

Wie werden Qualitätsmessungen und Kundenzufriedenheitsanalysen in der Praxis umgesetzt?

Umsetzung

... möglich in einzelnen Projekten

- **Regelmäßige und kontinuierliche objektive Messungen** über das Kalenderjahr
- **Objektive Messungen als Benchmark** (bspw. Unternehmensbezogen oder Spartenbezogen)
- **Objektive Messungen zur Überprüfung** von vertraglich festgelegten Standards
- **Kontinuierliche Kundenzufriedenheitsanalysen** über das Kalenderjahr
- **Customer Journey** für einzelne Wege

Umsetzung

... möglich als Kombination der Messverfahren in einem Projekt

- Neutrale Testpersonen erheben nach einheitlichen (Bewertungs-) Vorgaben die objektiven „Kriterien“ der Stichprobenfahrt
- Zusätzlich werden die Fahrgäste während dieser Fahrt zu Ihrer Meinung / Zufriedenheit befragt



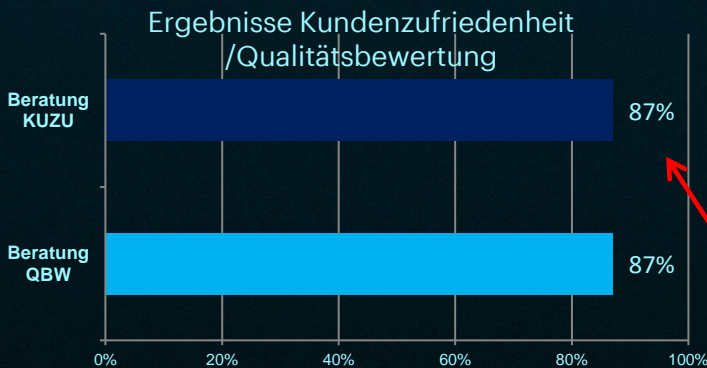
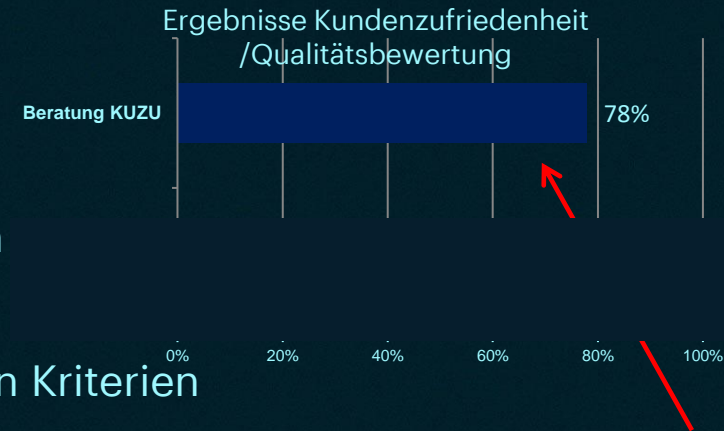
Vorteil

- Direkter Vergleich von beiden Messverfahren
- Mögliche Zusammenhänge können (direkt) herausgearbeitet werden

Praxisbeispiel: Anwendung beider Verfahren

Qualitätsmessungen und Kundenzufriedenheitsanalysen im Duett

- Analyse der Kundenzufriedenheitsmessung
 - ☹️ ▪ Schlechte Ergebnisse bei der Beratung
 - Verknüpfung mit objektiven Qualitätsdaten
 - Bestätigung der Schlechtleistung und Identifikation der verantwortlichen Kriterien
 - Kommunikation der Ergebnisse
 - Erarbeitung von Maßnahmen



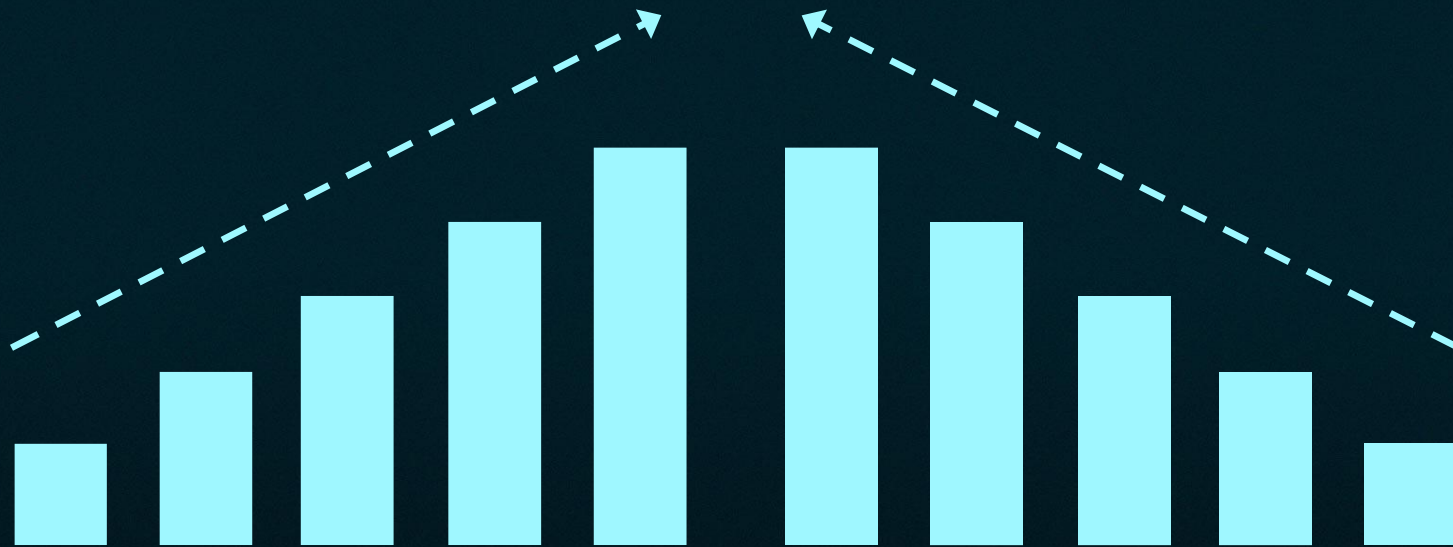
- Umsetzung der Maßnahmen

Ergebnis: 😊 Signifikant verbesserte Beratungsqualität.

Messbar in der Kundenzufriedenheit
Messbar in der Qualitätsmessung

+ 9 %

Entstehung einer Qualitätspyramide

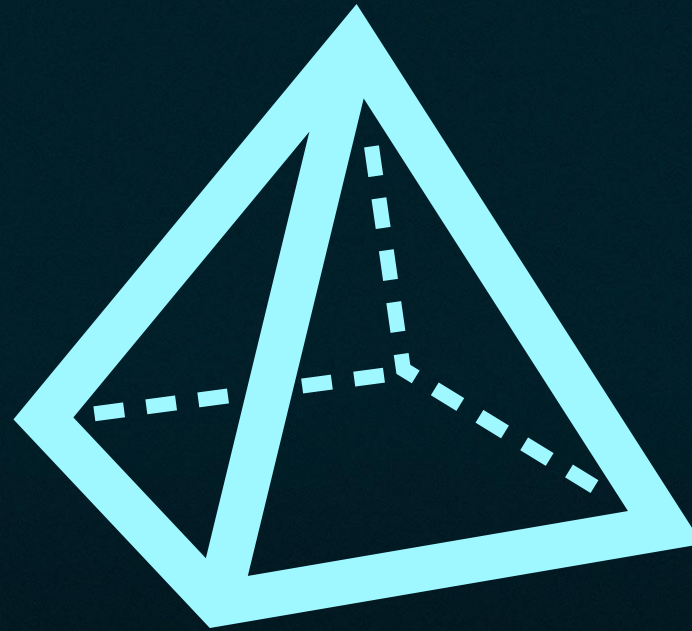


▪ Qualitätsmessungen

▪ Kundenzufriedenheitsanalysen

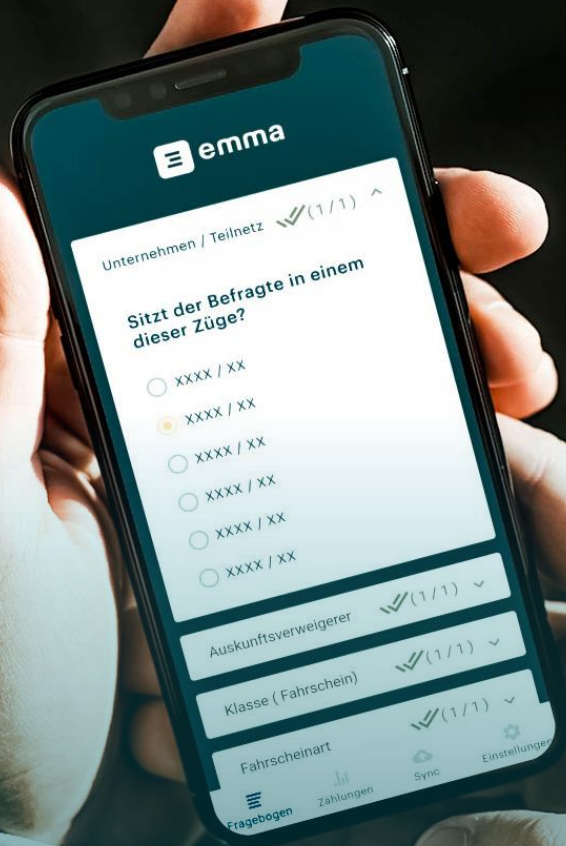
Dimensionalität

Eine Pyramide hat mehr als zwei Seiten!

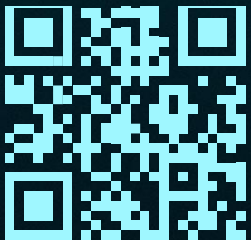


- Direkte Messungen
- Potentialanalysen
- Beschwerdemanagement
- Ferndiagnosen

Messe



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit



Besuchen Sie
uns auf
pbconsult.de

PB Consult GmbH Rothenburgerstr. 5, 90443 Nürnberg