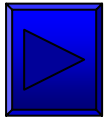


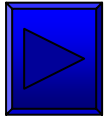
# TQM-Check

# TQM-Check 2000

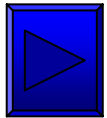
---



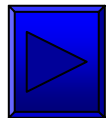
Definition



Zielstellung



Methodik



Auswertung

## Definition

---

Mystery Shopping ist ein Instrument zur realen Feststellung von Eindrücken und Gegebenheiten aus der Kundenperspektive.

Die dabei realistisch nachgestellte Beratungs- bzw. Kaufsituation bietet dem Kunden eine zuverlässige Kontrollmöglichkeit über die tatsächlich erbrachte Leistung der einzelnen Filiale und liefert zugleich konkrete Ansatzpunkte für Verbesserungen.

Da der Unternehmenserfolg bei filialisierten Unternehmen maßgeblich auf den Imagefaktoren beruht, gilt ihnen innerhalb des Filial- und Service-Checks eine besondere Aufmerksamkeit.



# Zielstellung

---

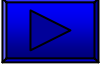

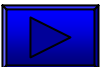
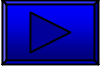
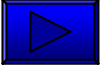
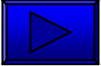
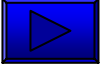
1. Periodische Messung des Qualitätsempfindens
2. Schnelle Information der entsprechenden Bereiche
3. Schnelle Reaktionsmöglichkeit
4. Langfristigen Kundenbindung
5. Steigerung des Unternehmensergebnisses bzw. Unternehmenssicherung



# Methodik

# Methodik

---

-  Beeinflussungsfaktoren
-  Projektphasen
-  Projektablauf
-  Aufbau des Checkbogens
-  Aufbau des Leitfadens zum Checkbogen
-  Aufbau des Bewertungsrasters
-  Ergebnissicherheit (Runden)



# Beeinflussungsfaktoren

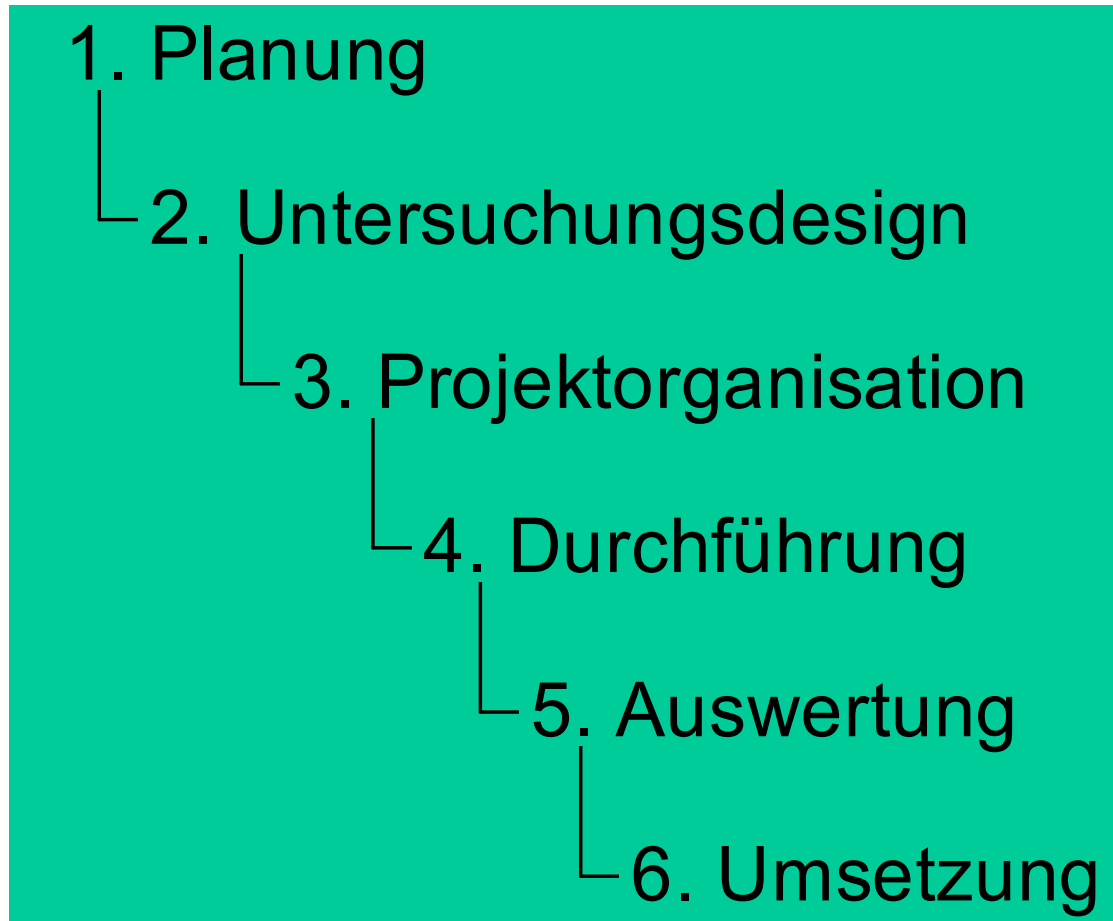
---

- ➔ Art der Mitarbeiter die den Check durchführen  
(intern / extern)
- ➔ Auswahl der externen Mitarbeiter repräsentativ /  
zielgruppenorientiert / strategisch orientiert
- ➔ Besuchshäufigkeit einer Filiale durch verschiedene  
bzw. gleiche Mitarbeiter/-innen
- ➔ Wiederholungsrhythmus (Ergebnissicherheit)  
(Anzahl Runden innerhalb einer Welle)
- ➔ Methodik der Auswertung (Kennziffernbildung)
- ➔ Auswertungstiefe
  
- ➔ Datenschutz



# Projektphasen

---



# Projektablauf

---

- ☑ Projektinitialisierung / Beschluß der Unternehmensleitung
- ☑ Festlegen von Zielen und Erwartungen
- ☑ Festlegen der Besuchshäufigkeit einer Filiale pro Jahr
- ☑ Erstellung des Checkbogens
- ☑ Erstellung eines Bewertungsrasters
- ☑ Erstellung eines Checkleitfades
- ☑ Auswahl und Einsatz des Personals
- ☑ Schulung des Personals
- ☑ Durchführung eines Pretests und ggf. Korrektur des Untersuchungsdesigns
- ☑ Durchführung des TQM-Checks
- ☑ Erfassung, Auswertung und Interpretation der Daten
- ☑ Erarbeitung von Handlungsempfehlungen/ Präsentation



# Aufbau des Checkbogens

---

- ➔ Definition der wichtigsten Erhebungsschwerpunkte die zur Einschätzung der Qualität einer Filiale notwendig sind
  1. Qualität der Schalterdienstleistung
  2. Einschätzung von Innenbereich und Außenbereich
  3. Vorhandensein und vollständige Funktionalität von Präsenzartikeln
- ➔ Definition der einzelnen Erhebungspunkte
- ➔ Festlegung der Struktur des Checkbogens
- ➔ Beachtung der Maximallänge des Checkbogens
- ➔ Definition der Stichprobe für Präsenzartikel



# Aufbau des Leitfadens

---

Der Leitfaden dient dem Erheber zu folgenden Punkten:

- ➔ zur allgemeinen Schulung
- ➔ zur Erläuterung des speziell zu untersuchenden Sachverhaltes
- ➔ zur objektiven Bewertung der Situation (z.B. Kriterientabelle)
- ➔ zur Unterstreichung der Zielvereinbarung zwischen Unternehmensleitung und Agentur



# Aufbau des Bewertungsrasters

---

## ➔ Definition der Wertigkeit der Komplexe (Beispiel)

- Imagefaktoren
  - Freundlichkeit 20 %
  - Kompetenz 20 %
  - Wartezeit 20 %
  - Erscheinungsbild 40 %
    - Bedienungstheke 10 %
    - Innenbereich 10 %
    - Außenbereich 10 %
    - Präsenzgegenstände 10 %

## ➔ Definition der Wertigkeit der einzelnen

### Checkpunkte innerhalb eines Komplexes (Freundlichkeit)

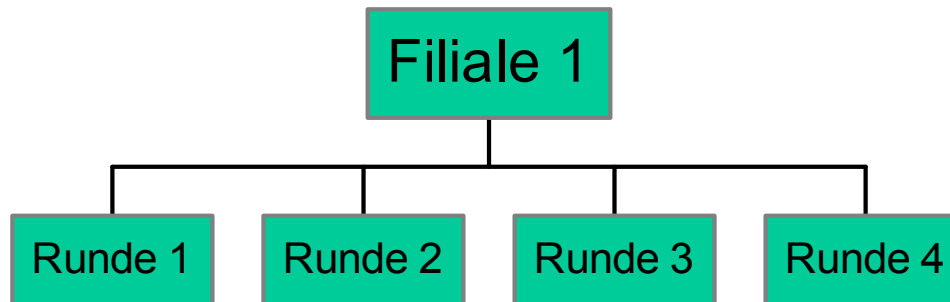
- Freundlicher Gesichtsausdruck 5 %
- Blickkontakt 5 %
- Unaufgeforderter Gruß 5 %
- Freundliche Verabschiedung 5 %



# Ergebnissicherheit

---

- ➔ Durch die Durchführung mehrerer Runden innerhalb einer Welle, wird die Subjektivität der Ergebnisse einer einzelnen Runde innerhalb einer Welle verringert.
- ➔ Das gemittelte Ergebnis aus den Runden ist das repräsentative Ergebnis einer Welle.



# Auswertung

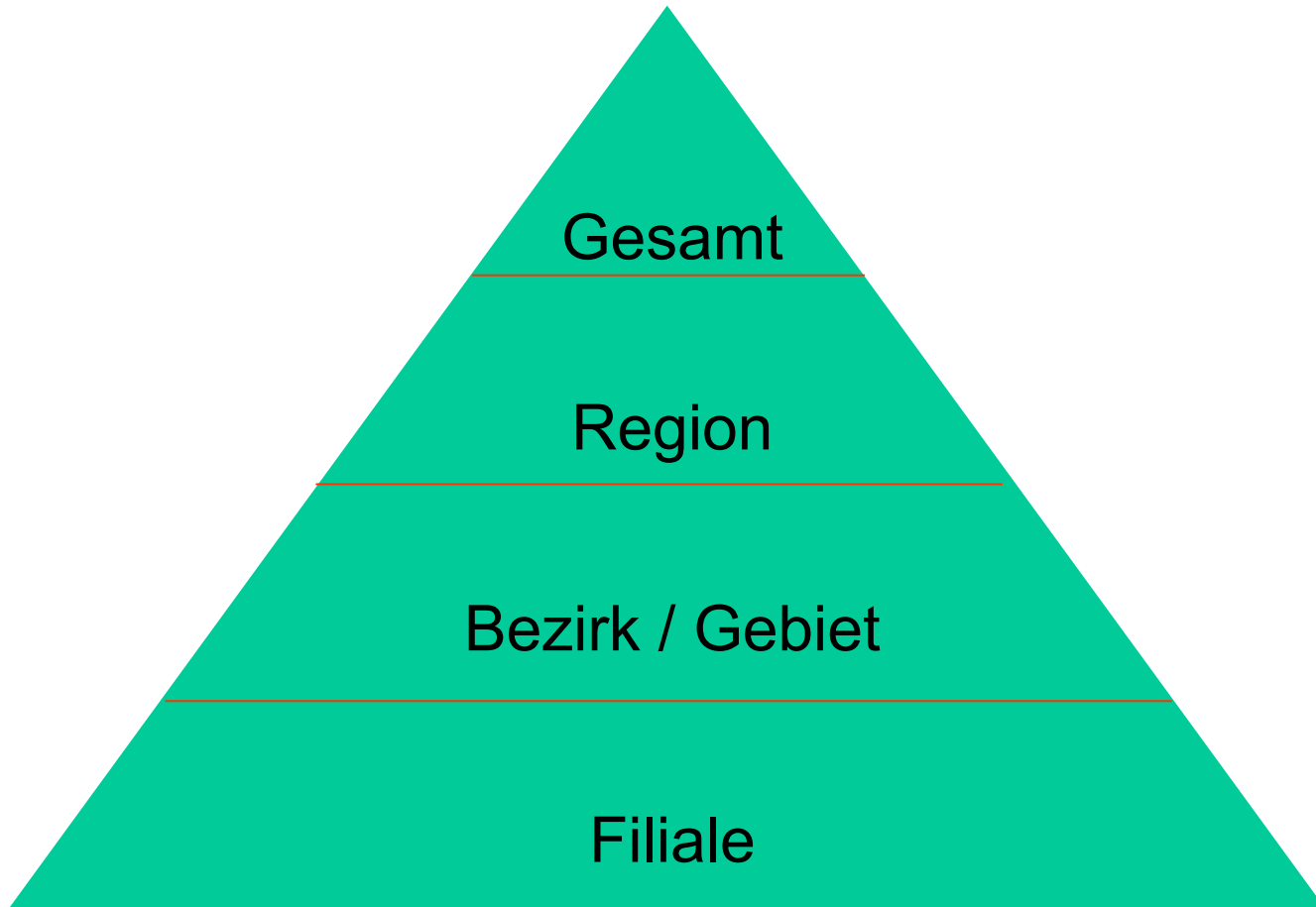
# Auswertung

---

-  Auswertungsebenen
-  Erhebungsrhythmus
-  Wellenvergleich
-  Berichtswesen
-  Kennziffernbildung
-  Beispiele

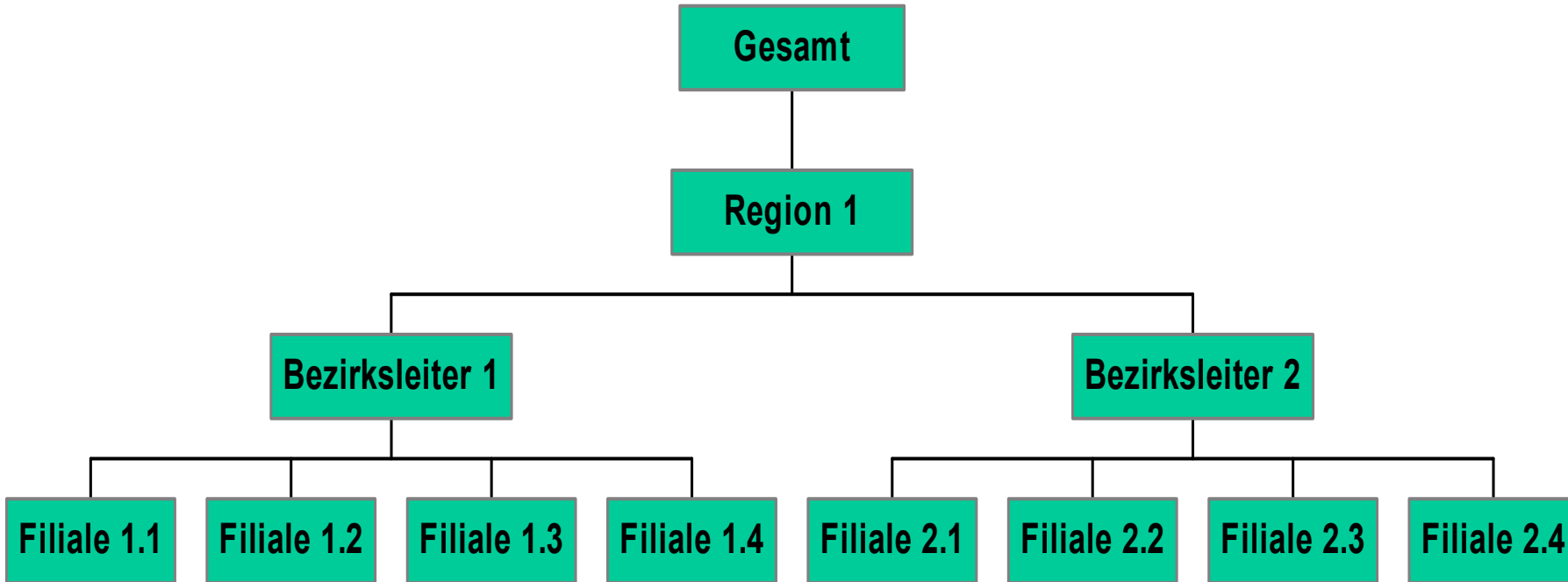
# Auswertungsebenen

---



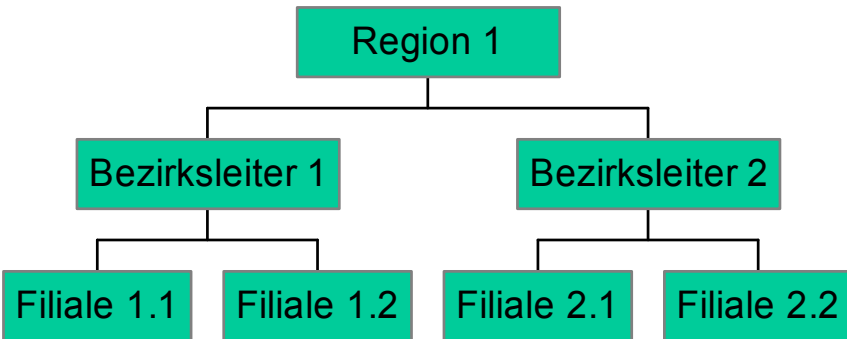
# Auswertungsebenen detailliert

---

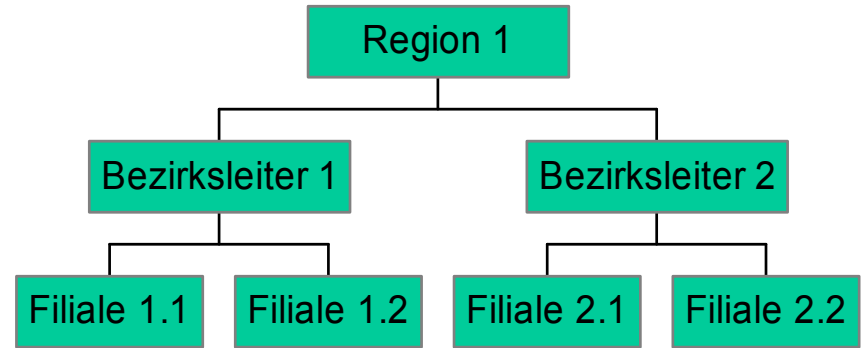


# Wellenvergleich

Welle 1



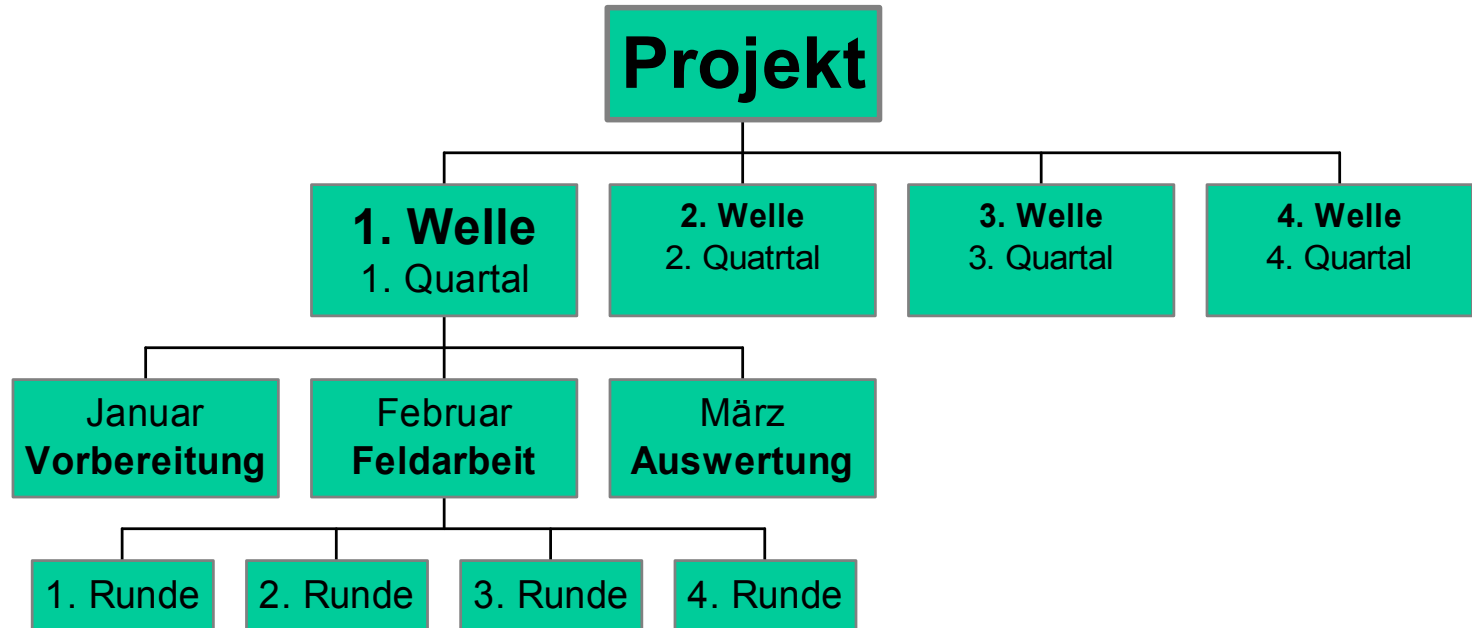
Welle 2



Wellenvergleich



# Erhebungsrhythmus



# Berichtswesen

---

## ➔ Filialebene:

- Auswertungsbogen
- Bewertungsbogen
- Filialkennziffern

## ➔ Bezirks- / Regionsebene:

- Häufigkeiten auf Basis der Bezirks- / Regionalleiter
- Verdichtung der Filialbewertung

## ➔ Gesamtebene:

- Gesamthäufigkeiten (Rohtabellen, Grafiken)
- Verdichtung der Filialbewertung
- Filialranking nach Filialtypen (bereinigt und unbereinigt )



# Kennziffernbildung

---

## Beispiel Kennziffer Sauberkeit:

1. Sauberkeit der Eingangstür
2. Sauberkeit der Wände
3. Sauberkeit des Bodens
4. Sauberkeit der Fenster

### ➡ Filialebene:

Alle o.g. Erhebungspunkte werden nach dem Schulnotenprinzip beurteilt. Daraus ergibt sich für die einzelne Filiale über alle Erhebungspunkte ein Durchschnittswert.

### ➡ Bezirks-, Gebiets-, Regions- oder Gesamtebene:

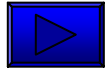
Bei jedem einzelnen Erhebungspunkt wird ein Durchschnittswert über alle Filialen gebildet. Über alle Durchschnittswerte der o.g. Erhebungspunkte entsteht die Kennziffer Sauberkeit (Gesamtdurchschnitt über alle Erhebungspunkte).



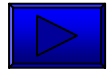
# **Beispiele**

# Beispiele

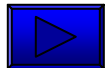
---



Filialranking



Filialbewertung



Imagefaktor Erscheinungsbild

# Filialranking

# Filialranking Platz 1-15

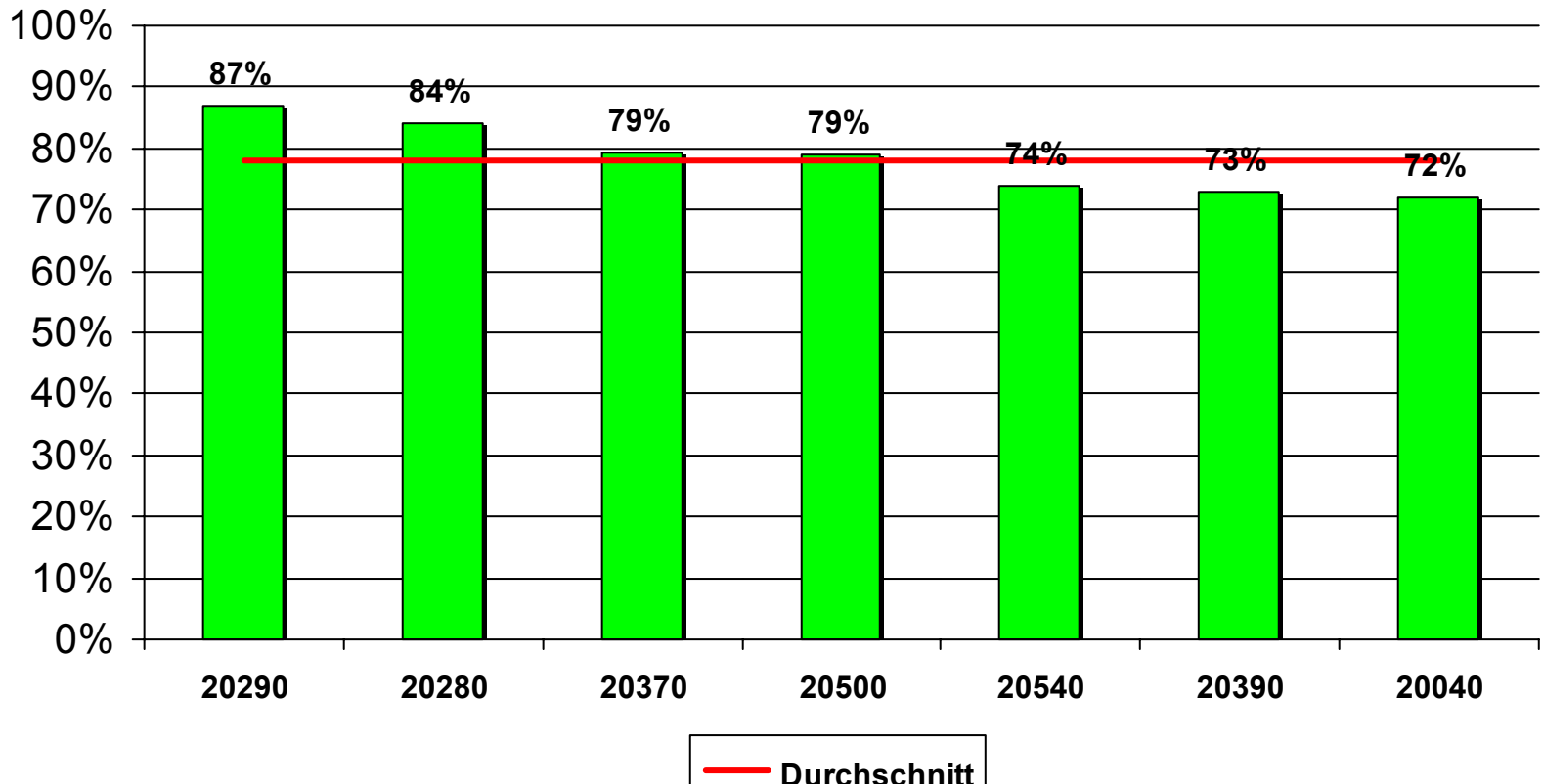
---

Platz	Filial-Nr.	Bezirksleiter	erreichte Punktzahl	maximal Punktzahl	Prozent
1	020960	A	92	100	92,00%
2	020720	A	86	97	88,66%
3	020340	A	88	100	88,00%
4	020290	B	87	100	87,00%
5	020330	A	87	100	87,00%
6	030120	C	81	96	84,38%
7	020280	B	84	100	84,00%
8	030532	C	80	96	83,33%
9	030332	C	83	100	83,00%
10	030540	C	83	100	83,00%
11	020350	A	83	100	83,00%
12	030300	D	77	93	82,80%
13	030620	C	78	96	81,25%
14	030472	F	81	100	81,00%
15	030310	D	81	100	81,00%

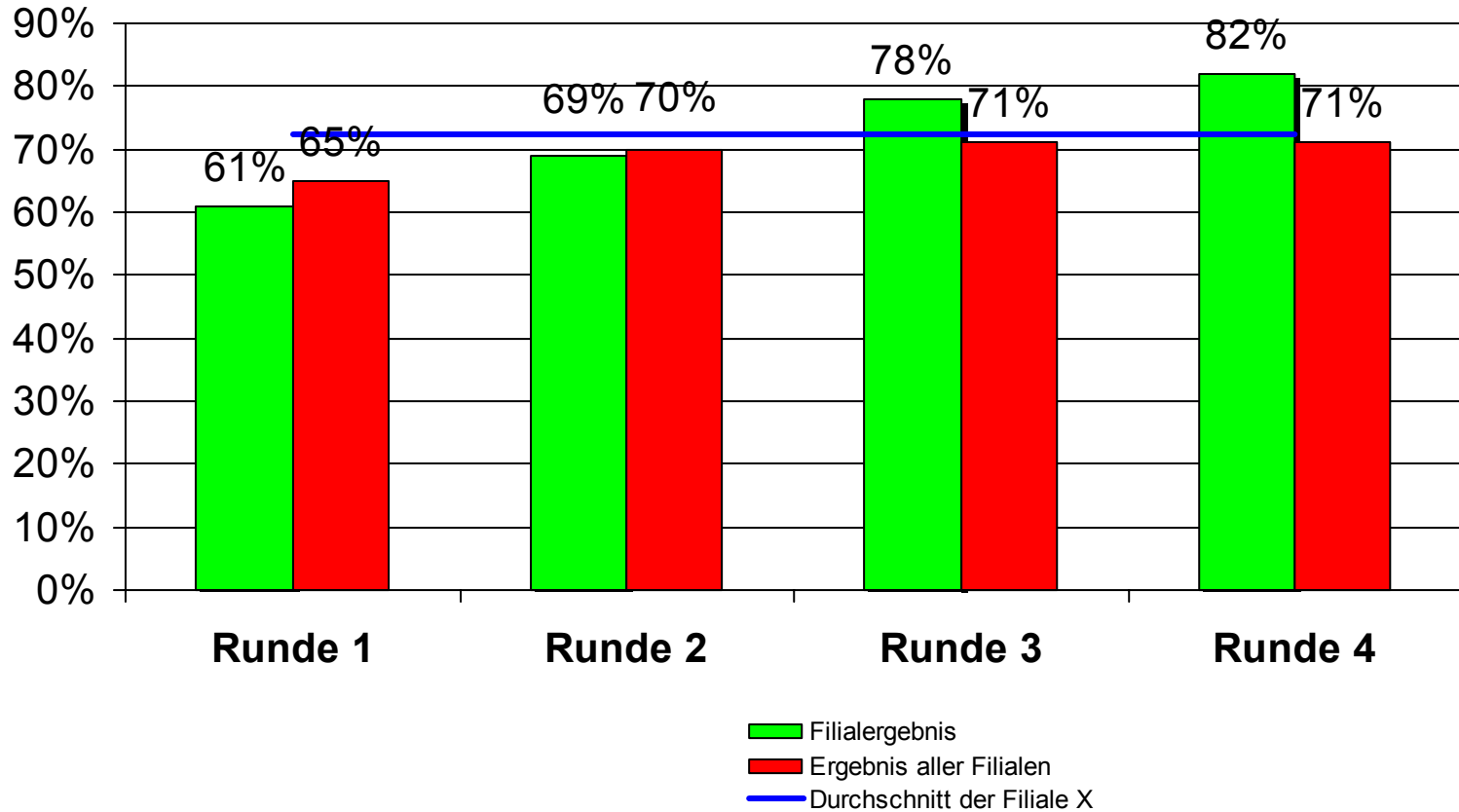


# Filialbewertung

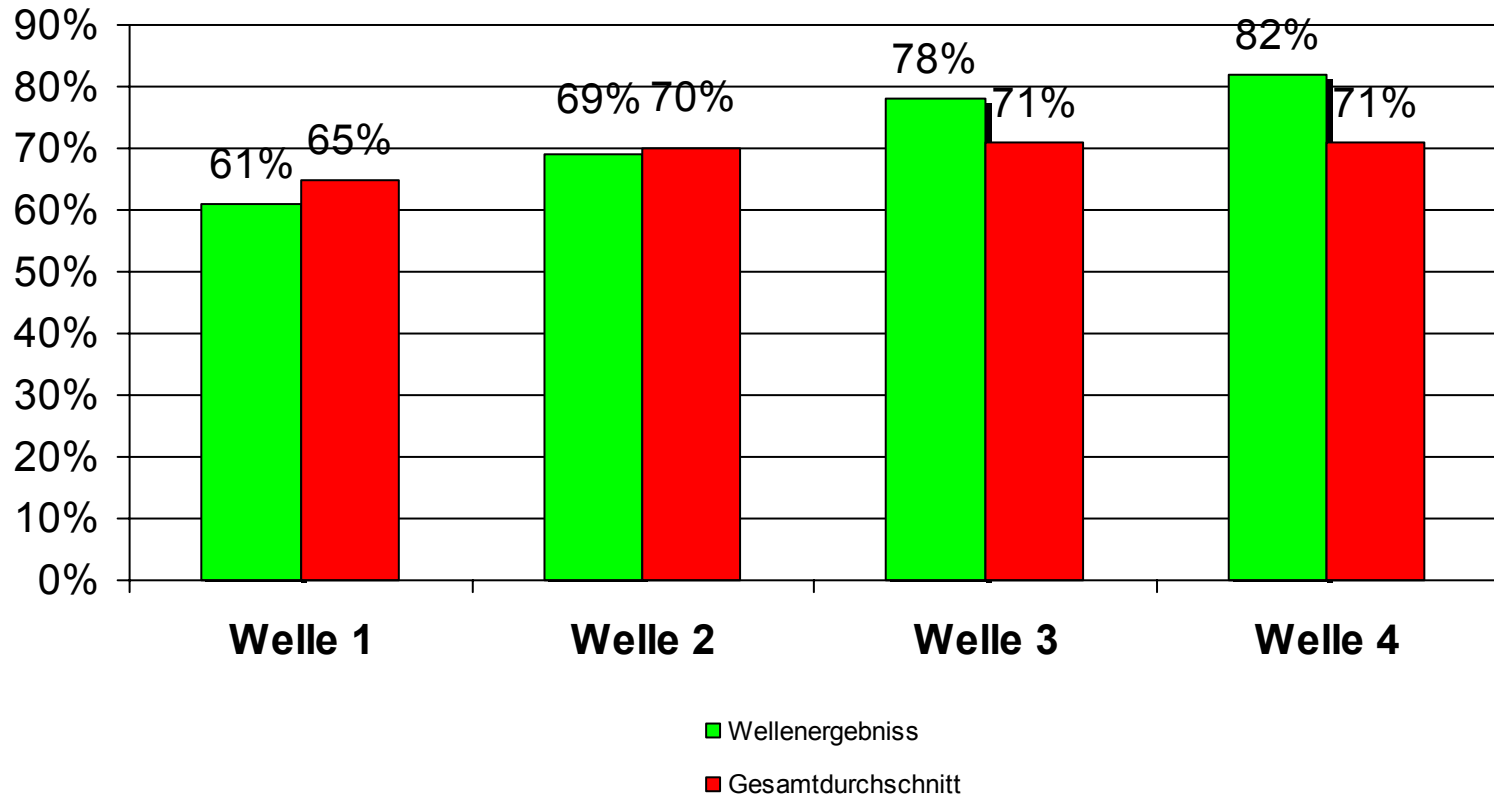
## Filialbewertung nach Gebietsverkaufsleitern



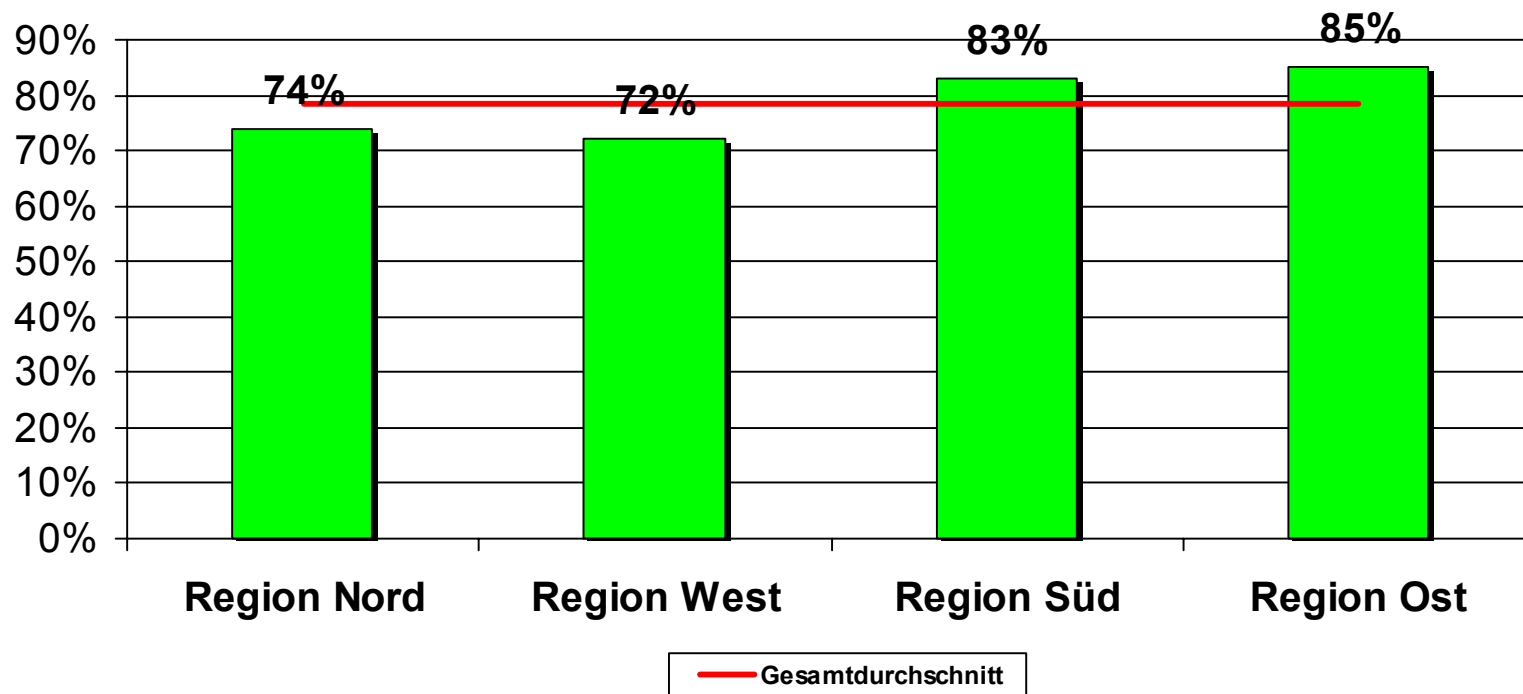
## Filialbewertung nach Runden (Filiale X)



## Filialbewertung nach Wellen (Filiale X)

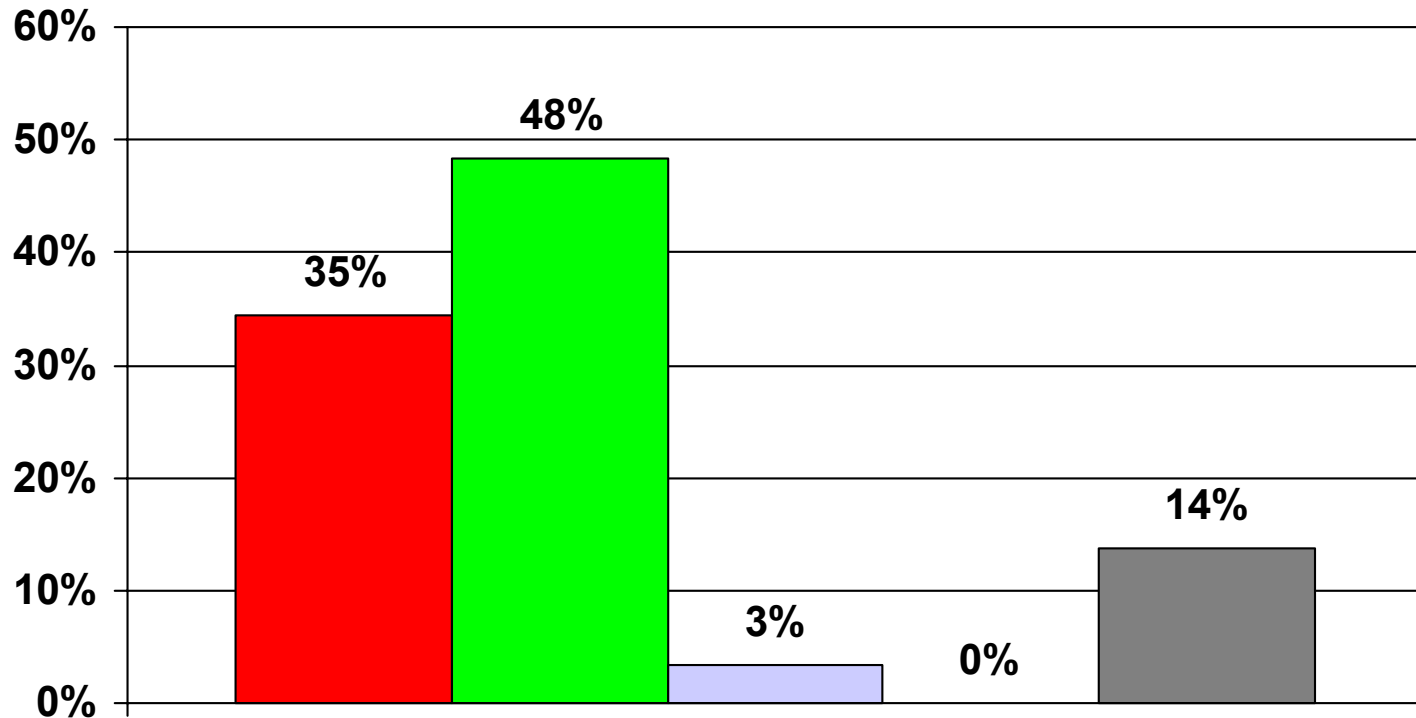


## Filialbewertung nach Regionen



# Außenbereich

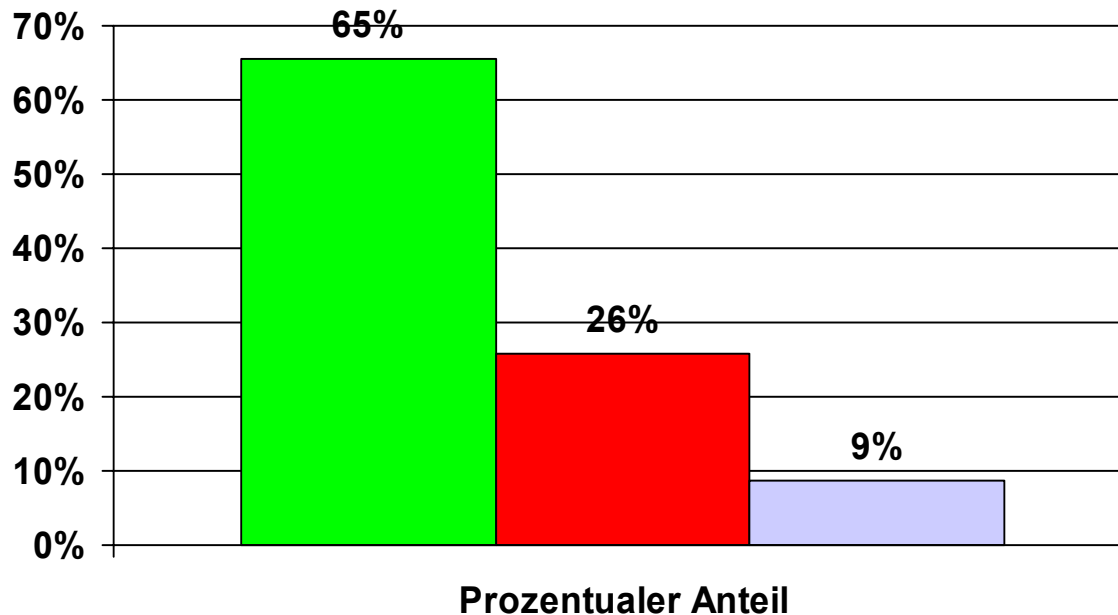
# Sauberkeit des Außenbereiches



Prozentualer Anteil



# Zustand der Outdoormöbel



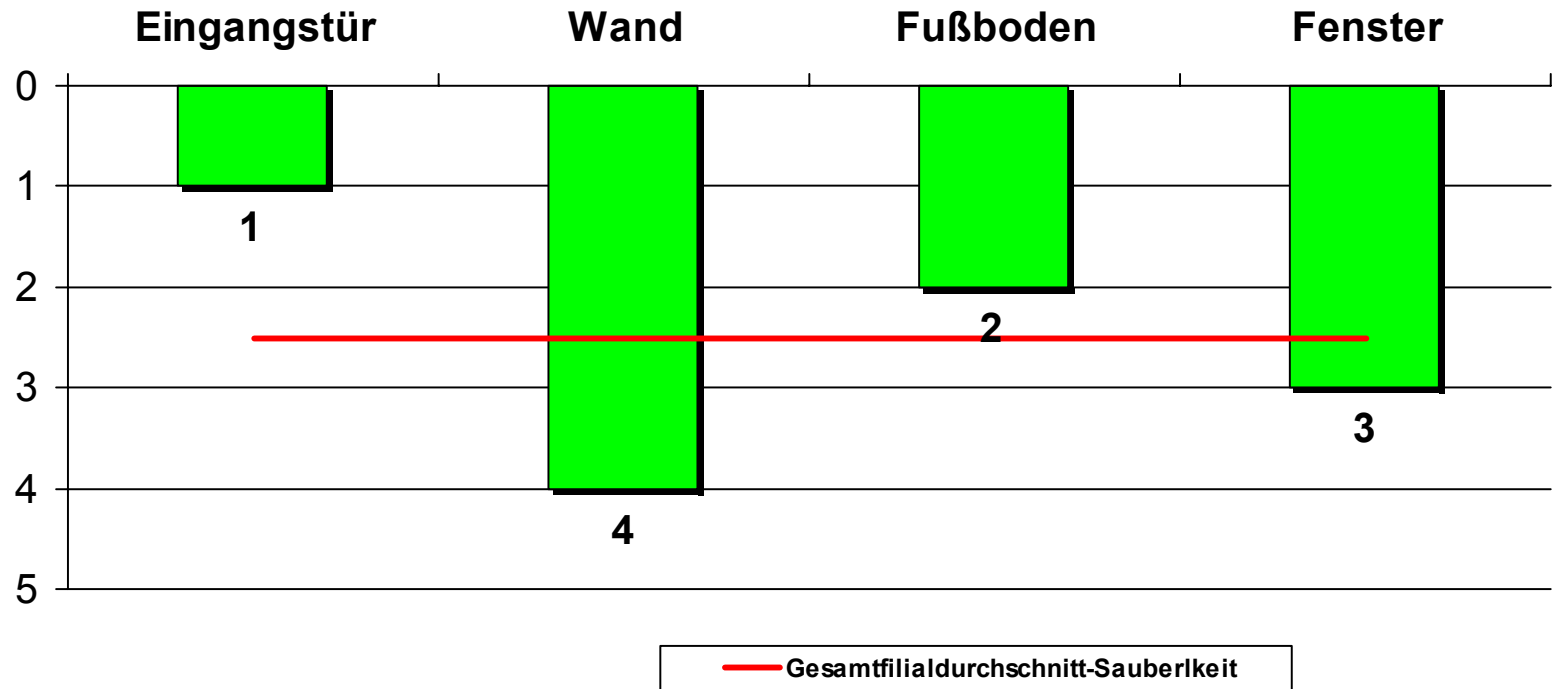
■ In Ordnung

■ Nicht in Ordnung

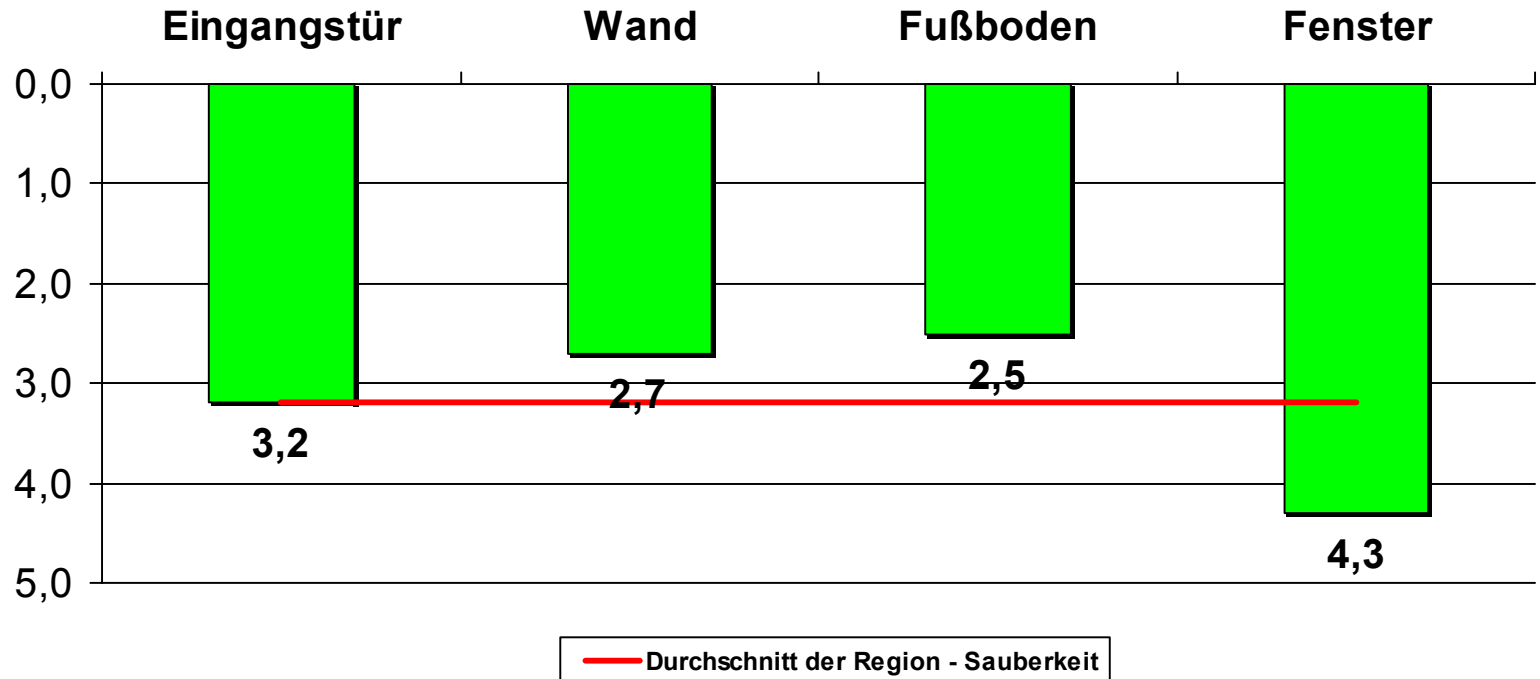
■ kein Outdoormöbel vorhanden

# Innenbereich

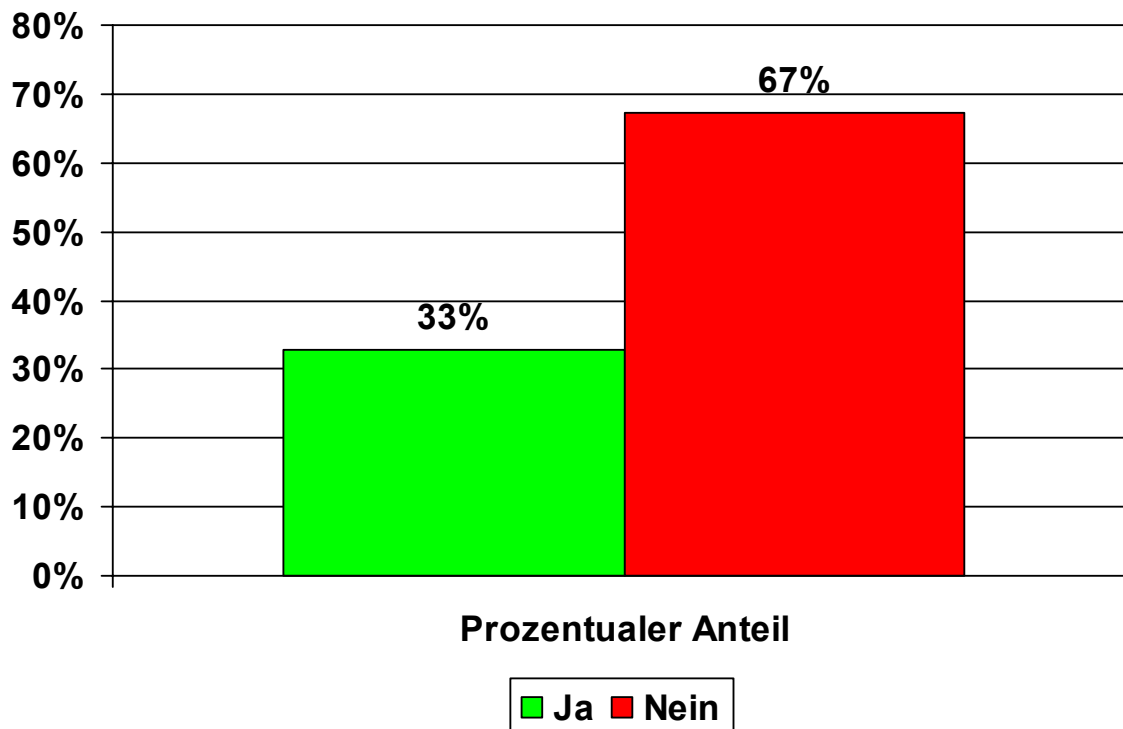
# Sauberkeit Filiale X



# Sauberkeit der Filialen einer Region



## Sauberkeit der Filiale



# Sauberkeit der Filiale nach Gebietsverkaufsleiter

<b>Kreuzung Gebietsverkaufsleiter</b>							
Name	Herr A	Herr B	Herr C	Herr D	Herr E	Herr F	Gesamt
Basis	2	7	6	15	13	13	58
	3,4%	12,1%	10,3%	25,9%	22,4%	22,4%	100,0%
1 sehr sauber	1	2	1	5	6	4	20
	50,0%	28,6%	16,7%	33,3%	46,2%	30,8%	34,5%
2 sauber	1	5	4	8	4	5	28
	50,0%	71,4%	66,7%	53,3%	30,8%	38,5%	48,3%
3 weniger sauber						2	2
						15,4%	3,4%
4 unsauber							
5 keine Angabe			1	2	3	2	8
			16,7%	13,3%	23,1%	15,4%	13,8%