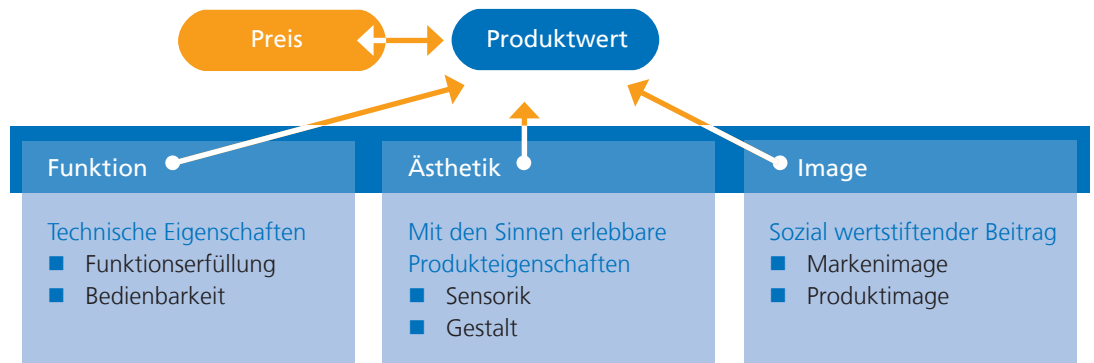


Perceived Quality

Wahrnehmung gestalten



Wahrnehmung gestalten



Der Erfolg Ihres Unternehmens hängt maßgeblich von der Kauf- und Preisbereitschaft Ihrer Kunden ab. Diese steigt, je größer der empfundene Wert des Produktes im Bezug zum erhobenen Preis liegt. Doch was macht den Wert eines Produktes für den Kunden aus?



»Nicht Ausstattung oder Funktionen verkaufen Produkte. Die wahrgenommene Qualität bestimmt das Käuferverhalten«

Aus Sicht des Kunden existieren drei Wertbeiträge:

- Der funktionale Wertbeitrag repräsentiert die Funktion, Fehlerfreiheit und Zuverlässigkeit des Produktes und damit die Produktqualität nach allgemeinem technischen und funktionalen Verständnis.
- Der soziale Wertbeitrag vereint sowohl das mit dem Unternehmen verbundene Markenimage, als auch ein mit dem Erwerb des Produktes verbundenes persönliches Prestige.
- Der ästhetische Wertbeitrag setzt sich zum einen aus der Produktgestalt und zum anderen aus der wahrgenommenen Qualität – Perceived Quality – zusammen.

Die wahrgenommene Qualität beschreibt somit, wie das technische Produkt vom Kunden unter Berücksichtigung aller Sinne erfasst wird.

Erfolgreiche Unternehmen sind fähig, Produkte für ihre Kunden so zu gestalten, dass über die Grundbedürfnisse hinaus Begeisterungsmerkmale geschaffen werden. Der erforderliche Abgleich zwischen subjektiven Kundenforderungen und realen Produkteigenschaften ermöglicht Chancen zur Differenzierung in bereits gesättigten Märkten.

Zu Ihrer Unterstützung hat die Abteilung Qualitätsmanagement eine Systematik entwickelt und vielfach erprobt, mit deren Hilfe sich Produktmerkmale identifizieren, quantifizieren und alle erforderlichen Prozesse und Ressourcen des Unternehmens hinsichtlich der Realisierung qualifizieren lassen.

Mit herzlichen Grüßen

Robert Schmitt

Informationsquellen richtig nutzen

Zur Identifizierung und Quantifizierung der Kundenwahrnehmung stehen verschiedene Informationsquellen zu Verfügung. Im Gegensatz zur Marktforschung bedarf es keiner allgemeinen Informationen vom Markt, sondern aktueller Präferenzen von Kunden oder Experten aus technologischer Perspektive. Eine spezifisch adaptierte Messtechnik objektiviert die Informationen für den unternehmerischen Einsatz.

Kundenstudien

- Charakterisierung von Produkten aus Sicht des »naiven« Kunden
- Erhebung subjektiver Beurteilung hinsichtlich verschiedener, qualitätsrelevanter Merkmale
- Ermittlung der ungefilterten, subjektiven Kundenforderungen mit Fokus auf die Wahrnehmung durch die menschlichen Sinne

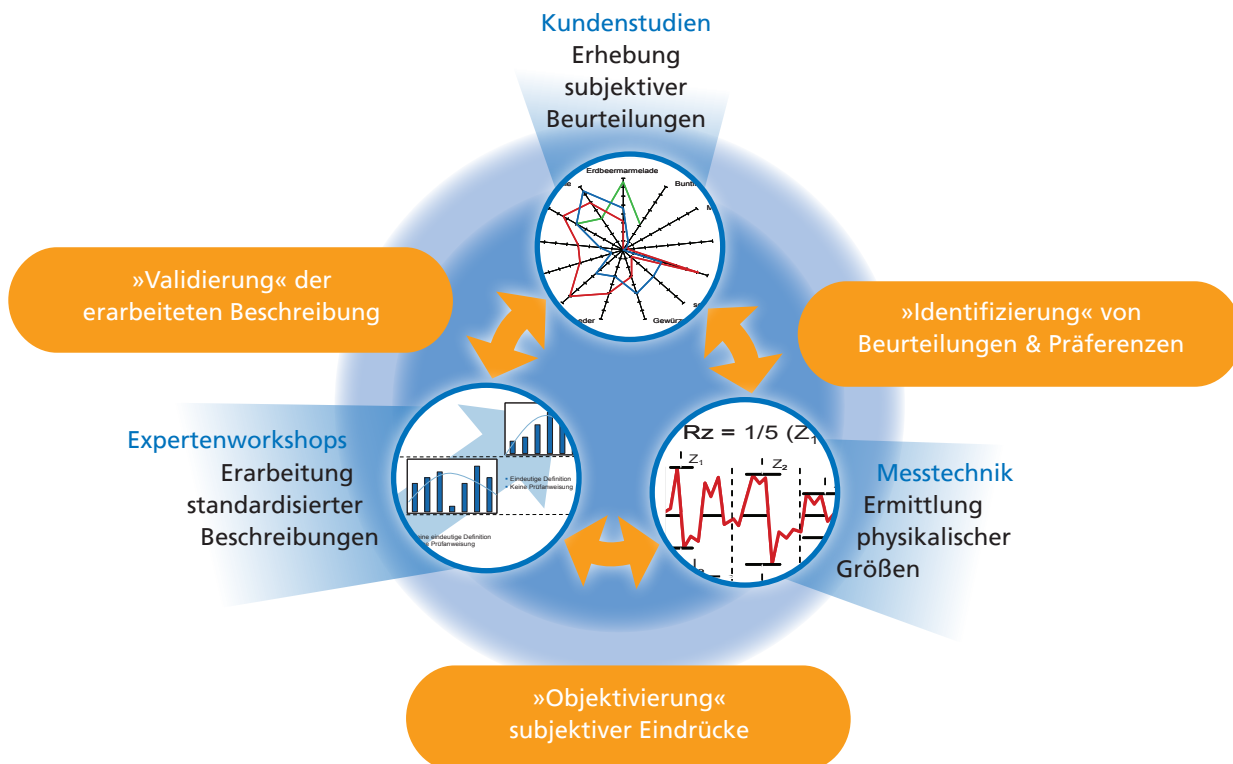
Expertenworkshops

- Experten sind entweder Produktexperten aus den Unternehmen, unabhängige Wahrnehmungs- oder extra geschulte Kundenexperten
- Einsatz für die Detailbeschreibung von Qualitätsattributen, dort wo der ungeschulte Kunde nicht mehr in der Lage ist, gezielt zu differenzieren
- Erhebung standardisierter teilobjektiver Beschreibungen von Produktcharakteristika

Messtechnik

- Spezifisch ausgewählte Messtechnik zur finalen Objektivierung der Kundeninformationen
- Ermittlung quantifizierbarer, physikalischer Größen

»Je nach Einsatzzweck sind die verschiedenen Quellen zu nutzen. Dabei ist eine Kombination der Informationen unerlässlich«



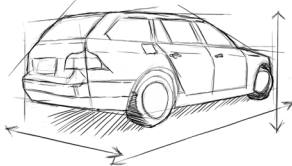
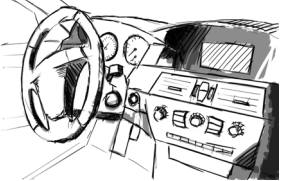
Die Wahrnehmungsstruktur

1. Definition von Wahrnehmungsclustern

Der Gesamteindruck eines Produktes ergibt sich aus dem Zusammenspiel harmonisch gestalteter Wahrnehmungscluster. Ein Wahrnehmungscluster ist eine Gruppe von Elementen/Attributen, die der Kunde als zusammengehörig wahrnimmt und die somit gleich gestaltet werden müssen.

»Die Wahrnehmung des Kunden ist der Schlüssel für erfolgreiche Produkte«



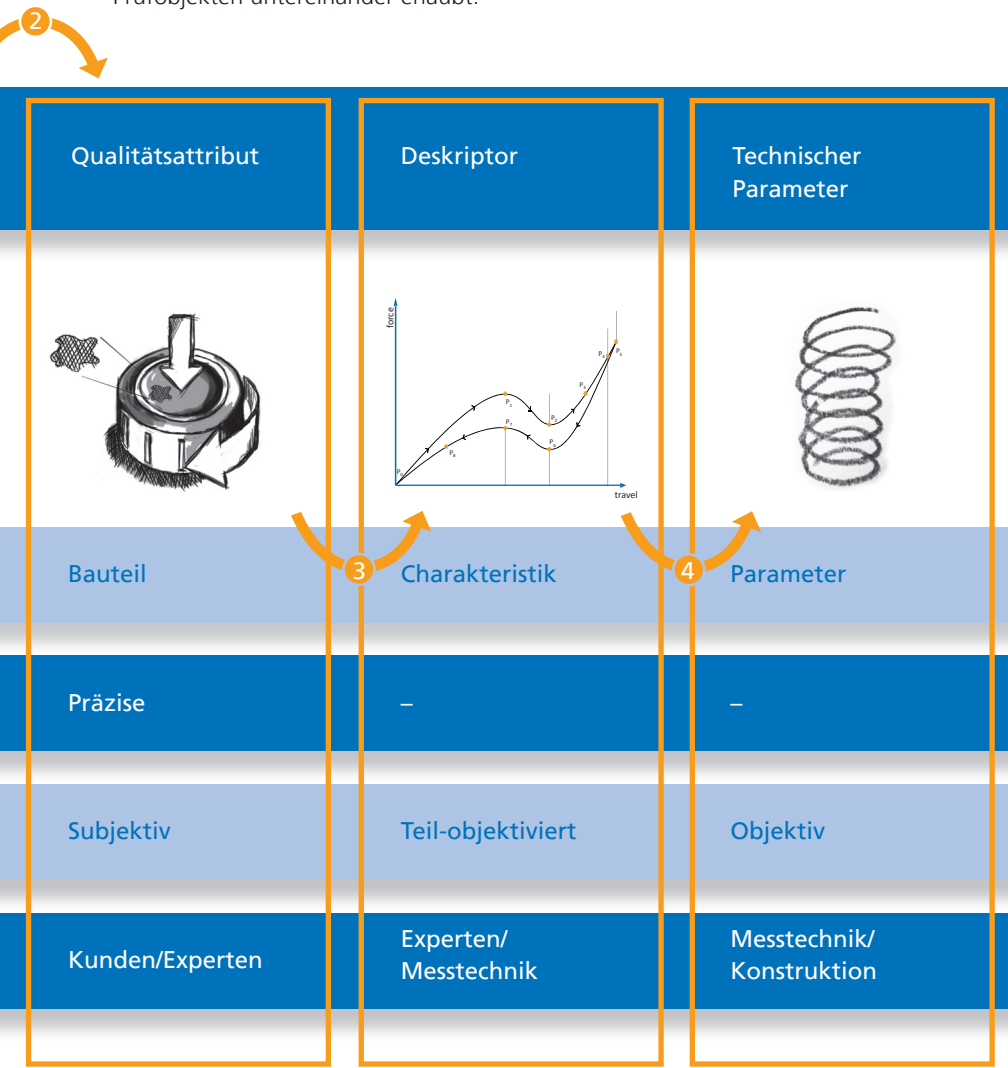
	Gesamteindruck	Wahrnehmungscluster
		
Produktstruktur	Produkt	Baugruppe
Wahrnehmung	Harmonisch	Hochwertig
Informationsart	Subjektiv	Subjektiv
Quelle	Naive Kunden	Kunden/Experten

2. Qualitätsattribute auf Bauteilebene

Cluster ergeben sich aus dem abhängigen und unabhängigen Zusammenspiel einzelner Qualitätsattribute. Diese Qualitätsattribute werden in der Sprache des Kunden definiert und skaliert.

3. Vom Attribut zum Deskriptor

Die Qualitätsattribute können über deskriptive Eigenschaften (Deskriptoren) von den Kunden beschrieben werden. Der Kunde skaliert den Deskriptor, wobei diese Skala keine unmittelbar technische Größe ist, aber eine Vergleichbarkeit von Prüfobjekten untereinander erlaubt.



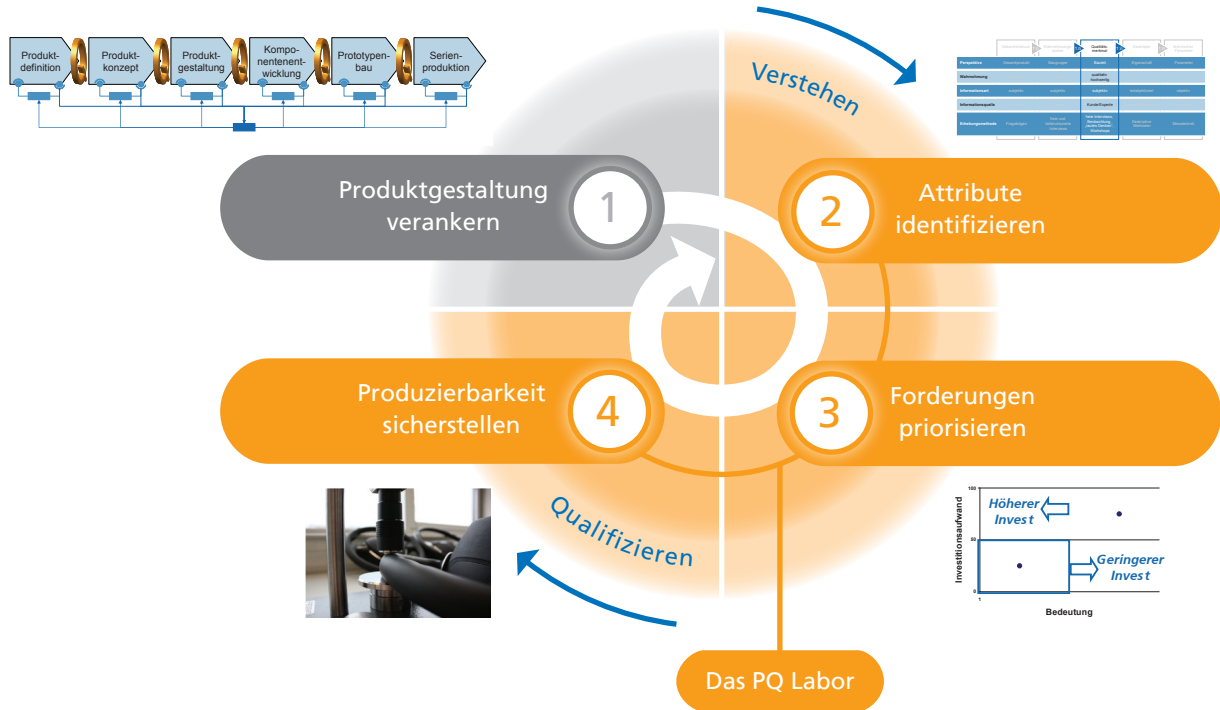
»Qualitätsmanagement hat hier die Aufgabe die subjektive Wahrnehmung zu objektivieren«

4. Quantifizieren durch technische Parameter

Deskriptoren sind fertigungsbedingte Eigenschaften und lassen sich auf technische Parameter des Produktes zurückführen. Technische Parameter können

toleriert werden und dienen der reproduzierbaren Messung von gefertigten Produkten zur Absicherung der harmonischen Gesamtwahrnehmung.

Das Perceived Quality Labor



Die Schnittstelle zwischen den Phasen des Verstehens und Gestaltens im Produktentwicklungsprozess ist der Schlüssel für erfolgreiche Unternehmen. Eine systematische Herangehensweise zur Operationalisierung dieser Schnittstelle ist zielführend.

»Kunden verstehen ist das Eine. Produkte reproduzierbar zu gestalten das Andere«

Verstehen mit dem Perceived Quality Labor

- Unser PQ Labor stellt eine Umgebung zur Verfügung, in welcher die menschliche Wahrnehmung in weitestgehend realen Nutzungssituationen untersucht werden kann.
- Unser PQ Labor bietet Raum Produkte in Wahrnehmungsebenen zu präsentieren und von Nutzern oder qualifizierten Experten analysieren und beschreiben zu lassen.
- Die gewonnenen Informationen haben einen teil-objektiven Charakter und können hierarchisch geordnet und priorisiert werden.

Gestaltung quantifizieren mit Messtechnik

- Grundlage der Absicherung der Gestaltung von harmonisch wahrgenommenen Produkten ist eine statistische

Verknüpfung zwischen der Qualitätswahrnehmung und zu ermittelnden Messwerten.

- Für die Ermittlung der Messwerte ist eine adäquate Messtechnik notwendig. Diese kann vorhanden sein, aus bestehende Messmittel adaptiert werden oder neu für den Betrachtungsfall entwickelt werden.
- Auf Basis der erhobenen Messwerte können Toleranzen für den Produktionsprozess ermittelt werden, welche direkt in die Teilespezifikation einfließen.

Diese Ausgestaltung der beschriebenen Schnittstelle muss aus dem Blickwinkel des Qualitätsmanagements nachvollziehbar sein, d. h. die angewandten Gestaltungsregeln müssen sich auch am später produzierten Produkt wieder messbar bzw. vergleichbar überprüfen lassen.

Die Abteilung Qualitätsmanagement

Unsere Leistungen im Überblick

Die Abteilung Qualitätsmanagement bietet auf Basis des Aachener Qualitätsmanagement Modells praxisrelevante und zielorientierte Ansätze zur Lösung von unternehmerischen Herausforderungen.

Die Gruppe Business Excellence & Development



Unsere Kompetenzen

- Organisationsentwicklung
- Change Management
- Motiviertes Qualitätsmanagement
- Mitarbeiterbefragung
- Qualitätskennzahlen und -reporting
- Quality Gates
- Anlaufmanagement
- Prozessharmonisierung

Die Gruppe Perceived Quality & Product Value Management



Unsere Kompetenzen

- Perceived Quality Labor
- Probanden- & Expertenstudien
- Produktbenchmarking
- Objektivierung subjektiver Begeisterungsmerkmale
- Gestaltungsregeln für begeisternde Produkte
- Produktwert aktiv managen
- Integration von Perceived Quality in den Produktentstehungsprozess

Die Gruppe Customer Satisfaction & Operations Management



Unsere Kompetenzen

- Beschwerdemanagement
- Claim Management
- Eskalationsmodelle
- Fehlerabstellprozesse
- Qualitätsregelkreise
- Lieferantenentwicklung
- Interaktive QM-Systeme (Q-Wikis)
- Diagnose- und Analysebegleitung
- CAQ-Systeme
- Six Sigma & QM-Methoden



Beratung und Schulung durch zertifizierte Six Sigma Black Belts

Als zertifizierte Six Sigma Black Belts unterstützen die Mitarbeiter der Abteilung Qualitätsmanagement Ihr Unternehmen bei der Durchführung konkreter Verbesserungsprojekte. Zu den Kompetenzfeldern unserer Abteilung sowie zu verschiedenen Themenbereichen bieten wir Ihnen auf Wunsch individualisierte Seminare und Workshops.

**Werkzeugmaschinenlabor WZL
der RWTH Aachen**

Lehrstuhl für Fertigungsmesstechnik
und Qualitätsmanagement
Prof. Dr.-Ing. Robert Schmitt

Ansprechpartner

Dipl.-Ing. Dipl.-Wirt. Ing. Patrick Beaujean
Abteilungsleiter Qualitätsmanagement
E-Mail p.beaujean@wzl.rwth-aachen.de

Steinbachstraße 19
D-52074 Aachen

Telefon +49 (0)241 80-2 63 39

Telefax +49 (241) 80-22193

www.qm-aachen.de

www.wzl.rwth-aachen.de