



Qualität marktorientiert umsetzen

M²-Zirkel – 28. Januar 2009



... zu uns.

Ein paar Informationen ...

Unger, Welsow & Company GmbH Prozess- und IT-Beratung

- Gegründet 10/2003
- Team: ca. 15 Mitarbeitern
- Prozess-, Qualitäts- und Wissensmanagement
- Individuelle Softwareprojekte und -entwicklung
- IT-Beratung und -service
- Branchen- und größenunabhängig

Diplom Wirtschaftsinformatiker Klaus-Oliver Welsow

35 Jahre alt, verheiratet ,eine Tochter

- IT-Berater im QM- und IT-Umfeld seit 1997
- Geschäftsführer einer universitätsnahen Unternehmensberatung von 2000-2003
- Geschäftsführender Gesellschafter der Unger, Welsow & Company seit 2003
- Mein Steckenpferd: Prozess-, Qualitäts- und Wissensmanagement



Qualität marktorientiert umsetzen



Qualität marktorientiert umsetzen

Qualität



Was ist Qualität?

Grad, in dem ein Satz inhärenter Merkmale (3.5.1) Anforderungen (3.1.2) erfüllt.

EN ISO 9000:2000 Seite 18-19 Ordnungspunkt 3.1.1

Was sind Merkmale?

Kennzeichnende Eigenschaften

EN ISO 9000:2000 Seite 25 Ordnungspunkt 3.5.1

Was sind Anforderungen?

Qualität & Marketing



Was sind Anforderungen?

Erfordernis oder Erwartung, das oder die festgelegt, üblicherweise vorausgesetzt oder verpflichtend ist.

EN ISO 9000:2000 Seite 19 Ordnungspunkt 3.1.2



Definition Marketing

In einem umfassenden Sinne versteht man unter Marketing die marktorientierte Verwirklichung von Unternehmenszielen und die Ausrichtung des gesamten Unternehmens an den Markt.

Qualität



Abfrage der Erwartungen



Ausrichtung des Unternehmens
an den Markt



Umsetzung von Qualität



1. Unsystematisch und unstrukturiert

- nur wenige Vorgaben
- ungesteuerte Prozesse
- Entscheidungen werden aus dem Bauch heraus gefällt
- Qualitätssicherung unregelmäßig
- Weiterentwicklung des Unternehmens nach Bedarf

Ergebnis:

- Kein nachhaltiger Erfolg
- Erfolg hängt von den einzelnen Entscheidern ab
- Weiterentwicklung des Unternehmens nach dem Zufallsprinzip
(abgesehen von der Erfahrung / Marktkenntnissen)



Umsetzung von Qualität



1. Unsystematisch und unstrukturiert

- nur
- ung
- Ent
- Qua
- Wei

Ohne Marketing
&
Ohne (Qualitäts-)Managementsystem
=
Blindflug

Ergebnis

- Kei
- Erf
- Weiterentwicklung des Unternehmens nach dem Zufallsprinzip
(abgesehen von der Erfahrung / Marktkenntnissen)



Wahrscheinlichkeit



Auch Blindflüge können gut ausgehen!

Aber würden Sie lieber auf den Glücksfaktor oder auf ein System setzen?



Umsetzung von Qualität



2. Systematisch, kunden-, mitarbeiter- und prozessorientiert



Marktstrategie



Die Marketingverantwortlichen: Profilschärfung / Fokussierung

Qualitätsführerschaft

Preis- bzw. Kostenführerschaft

Innovationsführerschaft

Serviceführerschaft

Qualität als langfristige Strategie



Meine persönliche Lieblingsthese:

Alle erfolgreichen Marktteilnehmer mit verschiedensten Strategien (Preisführerschaft, Innovationsführer) verfolgen früher oder später eine **Qualitätsführerschaft** in ihrem Segment.



Beispiele für späte Qualitätsführer



Daimler war und ist Innovationsführer im Bereich der Automobilherstellung. (Gesamtsumme, Neuanmeldung und Umsetzung von Patenten)
=> Marktposition stärken oder schwächen Sie durch ihre **Qualität**



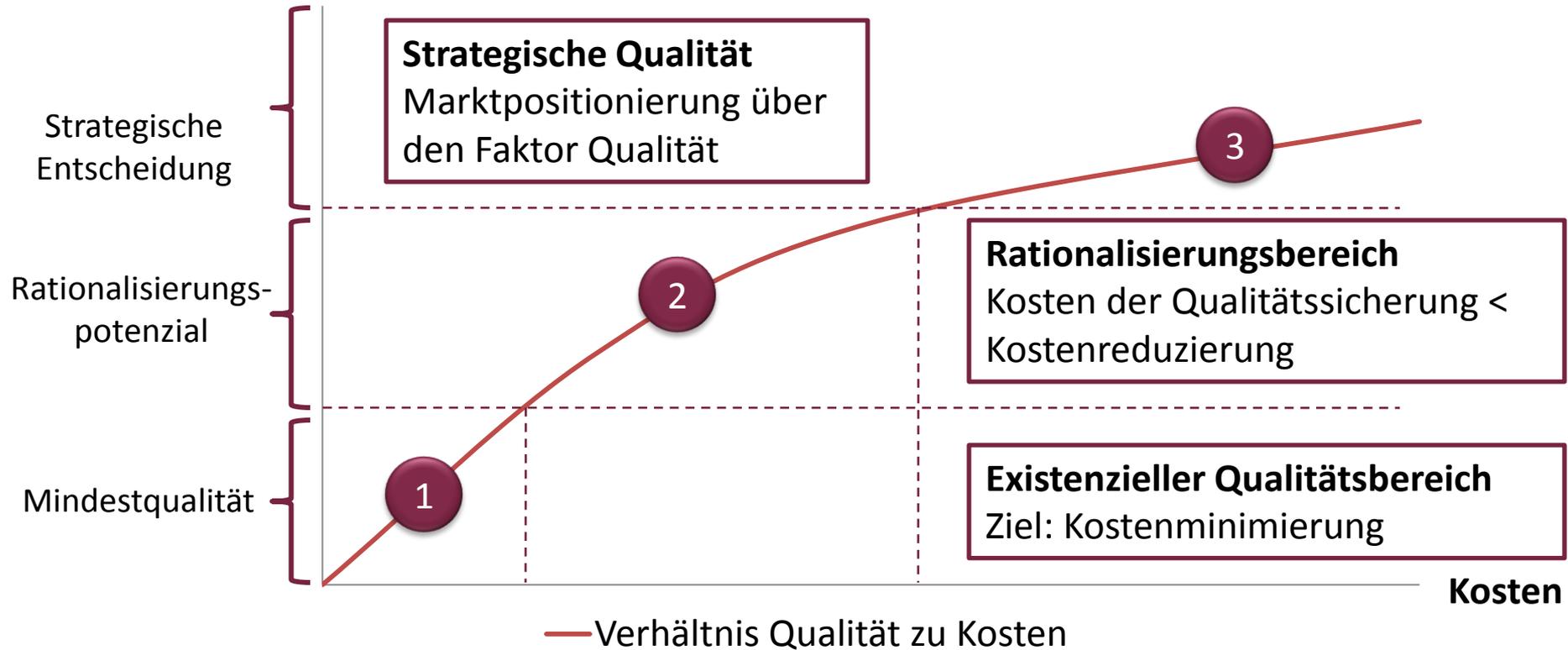
Preismarktführer, wie z.B. **Aldi**, kann seit Jahren durch seine beherrschende Einkaufsposition einen immer **höheren Qualitätsstandard** liefern, z.B. bei Computerhardware oder Weine.



Handlungsmatrix



Qualität



Zwei grundlegende Qualitätsstrategien



Preis- und Innovationsführer

- 1 Mindestqualität
- 2 Preisführer müssen Rationalisierungspotenziale realisieren

Qualitätsführer

- 1 Mindestqualität
- 2 Qualitätsführer müssen Rationalisierungspotenziale realisieren
- 3 um in die strategische Qualität zu investieren



=> Individuelle Vorgehensweise



Zwischenfazit



Der Faktor Qualität ist in jedem Unternehmen ein zentraler Faktor.

Jedes Unternehmen benötigt ein Qualitätsmanagementsystem, aber in unterschiedlich ausgeprägter Form!

Umsetzung von Qualität



2. Systematisch, kunden-, mitarbeiter- und prozessorientiert





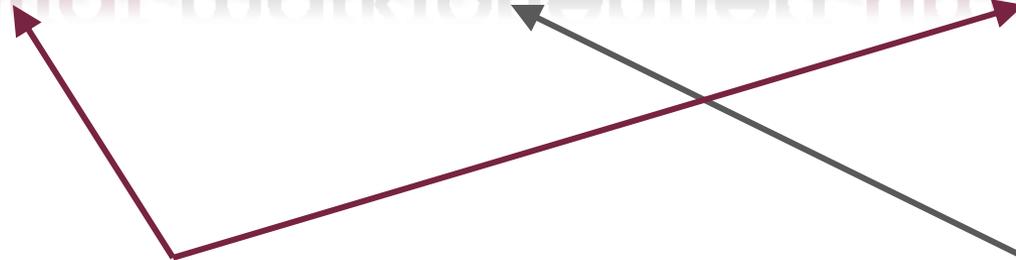
Qualität marktorientiert umsetzen



Qualitätsmanager



Marketer





Rahmenwerk ISO 9001:2008



Unsere Empfehlung:

Nutzen Sie die ISO 9001:2008 als Basisgrundlage für Ihre Prozess- und/oder Qualitätsmanagement!

Weil:

- International anerkannte Norm
- Kann „grenzenlos“ erweitert werden
- Praxisorientierte Umsetzung möglich
- Berücksichtigt alle wichtigen Kriterien



In eigener Sache



Welchen Sinn und Folgen hat die Einführung eines Qualitätsmanagementsystems nach der ISO 9001:2008?

Häufigsten Antworten:

- Standardisierung aller Prozesse
- Dokumentierung des gesamten Unternehmens
- Bürokratisches System zur Selbstverwaltung
- Verhinderung von Verbesserungspotenzialen

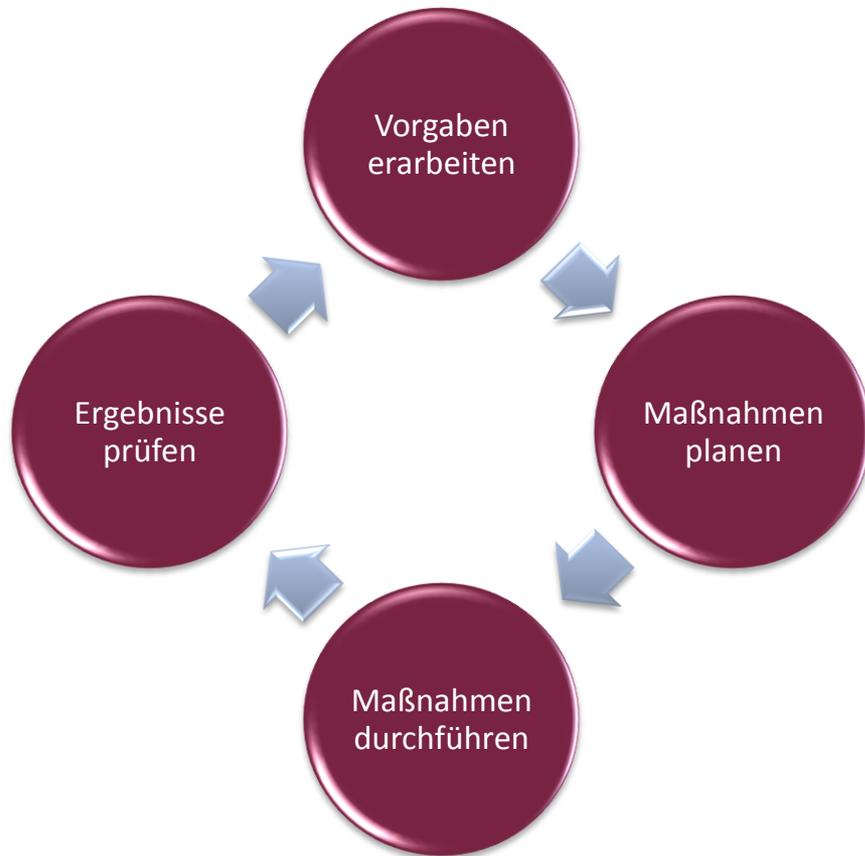
System falsch eingeführt

Acht Grundsätze des Qualitätsmanagements



1. Kundenorientierung
2. Unternehmensführung
3. Einbeziehung der Mitarbeiter
4. Prozessorientierter Ansatz
5. Systemorientierter Managementansatz
- 6. Ständige Verbesserung**
7. Sachbezogener Ansatz zur Entscheidungsfindung
8. Lieferantenbeziehungen zum gegenseitigen Nutzen

Kontinuierliche Verbesserungsprozess



Zahlreiche Modelle:

PDCA Zyklus von Deming (ISO 9001, ...)
RADAR Matrix im EFQM-Modell

...

Herausforderung

1. Erhebung von Verbesserungspotenzialen
2. Priorisierung und Bewertung
3. Maßnahmen planen
4. Maßnahmen durchführen
5. Ergebnisse zu prüfen

1. Kontinuierlich
2. Strukturiert
3. **Wirtschaftlich**

System

Und noch ein Grund ...



... warum wir die ISO 9001:2008 gerne empfehlen:

Eine externe Zertifizierung durch eine namhafte Zertifizierungsstelle lässt sich sehr gut vermarkten.



1. Papierbasierten Unterlagen, wie z.B. Briefpapier ...
2. Online-Medien, wie z.B. Internetseite ...
3. Büroräumen, wie z.B. Eingangsbereich ...
4. Verknüpfung mit Tätigkeiten, wie z.B. Abschnitt im Angebot ...
5. Presse / Medien, wie z.B. Fachpresse ...

Ansprechpartner: Marketing

Erste Schritte



Wie kann ich einen solchen Prozess beginnen?

- Festlegung des internen Verantwortlichen und Suche nach externer Unterstützung
- Kickoff-Workshop für Zielfindung
 - Kundenanforderung
 - Unternehmensstrategie und –philosophie
 - Stärken und Schwächen des Unternehmens
- Erarbeitung einer individuellen Vorgehensweise
 - System (Orga-Handbuch, Qualitätsmanagementsystem, ...)
 - Projektverlauf
 - Fest definierte Zielstellung

Zusammenfassung



1. Qualitätsmanagementsysteme sind nicht zum Selbstzweck
2. Qualität stellt in jedem Unternehmen einen zentralen Faktor dar
3. Systeme können und müssen individuell auf das Unternehmen ausgerichtet sein
4. „Marktführer“ unter den QM-Systemen ist die ISO 9001:2008
5. QM-Systeme haben den Zweck der nachhaltig wirtschaftlichen Sicherung des Unternehmens
6. Bürokratische, unflexible und nicht kundenorientierte QM-Systeme sind schlecht für das Unternehmen und sind sofort zu verändern
7. Aufnahme der Kundenanforderung (Basis des QM-Systems) ist die ureigene Aufgabe des Marketings

Die Erfolgsformel



Fragen & Antworten



Gerne beantworten ich Ihnen Ihre Fragen!

Die Präsentation finden Sie unter:
www.uw-c.de im Downloadbereich
<http://www.uw-c.de/index.php?a=80>



Unger, Welsow & Company GmbH
Prozess- und IT-Beratung

Klaus-Oliver Welsow
Geschäftsführer

E-Mail: kwelsow@uw-c.de

Telefon: +49 (0)5251 54078-0

Uns finden Sie:



Vielen Dank für die Aufmerksamkeit



Sie möchten mehr über praxisorientierte Qualitäts- und
Prozessmanagement wissen?

Vortrag:
Prozessmodellierung in der Praxis
11.30 Uhr auf der MEiM



MEiM in Bielefeld
18. März 2009
in der Stadthalle