

## QFD-Awareness-Chart

### Vorgehen:

Anhand einer Fragenliste wird festgestellt, in welchem momentanen Zustand sich ein Unternehmen oder eine Organisation bzgl. der Situation befindet, die über QFD-Maßnahmen verbessert werden kann.

Dazu werden die Fragen nach einem bestimmten Schema bewertet. Die Bewertung jeder Frage wird in ein spezielles Diagramm, ein sog. Radardiagramm, entsprechend der Bewertung eingetragen und die einzelnen Bewertungspunkte in dem Diagramm miteinander verbunden. Anhand des so entstehenden Diagramms ergibt sich eine Übersicht, über die aktuelle Situation.

Der nächste Schritt besteht darin, daß das Management, ausgehend vom bestehenden Diagramm, das Diagramm hinsichtlich der gewünschten Effekte eines QFD-Einsatzes ergänzt.

Die Ziele der Aktion sind wie folgt:

1. Das Management setzt Ziele, die sich aus seiner Sicht durch QFD ergeben sollen.
2. QFD-Teams erhalten eine Darstellung, welche Erwartungen in deren Arbeit gesetzt werden.
3. QFD-Projektverantwortliche, Trainer und Coaches erhalten eine Vorstellung, welche Schwerpunkte in der Arbeit zu setzen sind.

Die Fragenliste setzt sich aus 13 Fragen zusammen, die nach folgendem Schema bewertet werden:

- ++ starke Zustimmung
- + Zustimmung
- - Ablehnung
- -- starke Ablehnung
- o nicht auf Unternehmen oder Organisation anwendbar

Die Fragen im Einzelnen (Bewertung erfolgt durch Ankreuzen der betreffenden Bewertungsspalte):

Fragestellung	++	+	-	--	O
1. Als Unternehmen bzw. Organisation wissen wir genau, wer unsere internen und externen Kunden sind.					
2. Wir kennen die Wünsche, Anforderungen und Erwartungen unserer Kunden genau.					
3. Unsere Entwürfe und Entwicklungen erfüllen stets die Anforderungen unserer Kunden oder übertreffen sie.					
4. Das Marketing liefert eine komplette Definition des Produkts oder der Dienstleistung, wobei die Markt-Anforderungen klar nach den Anforderungen der Kunden ausgerichtet sind.					
5. Änderungen nach der Einführung neuer Produkte oder Dienstleistungen sind selten erforderlich.					
6. Wir kennen die Beschränkungen unserer Prozesse.					
7. Entwurf, Entwicklung und Umsetzung neuer Produkte oder Dienstleistungen erfolgen integriert und durchgängig.					
8. Wir entwickeln Produkte oder Dienstleistungen mit dem Ziel, diese einfach umsetzen zu können.					
9. Wir haben selten Verzögerungen in der Einführung neuer Produkte oder Dienstleistungen, die durch Verzögerungen im Konzept begründet sind.					
10. Wir haben einen Kommunikationsprozeß im Unternehmen oder der Organisation etabliert, der die Durchgängigkeit der "Stimme des Kunden" im gesamten Unternehmen oder der Organisation störungsfrei sicherstellt.					
11. Unsere Entwürfe minimieren die Wahrscheinlichkeit, daß Produkte oder Dienstleistungen abgelehnt werden und somit hohe Kosten verursachen.					

<p>12. Unser Entwurfs- und Umsetzungsprozeß ist auf die Erfüllung der Kundenzufriedenheit ausgerichtet; es erfolgt keine Befriedigung interner Belange.</p>					
<p>13. Alle Mitarbeiter sind darauf ausgerichtet, ein Verständnis der Kundenwünsche zu gewinnen, um diese zu erfüllen oder zu übertreffen.</p>					

