

Innovationsmanagement

CASEStudy

Service Engineering: Mit dem Kano-Modell innovative und qualitativ attraktive Dienstleistungen entwickeln



Am Campus der Caprivikaserne werden Wirtschaftswissenschaften unterrichtet.

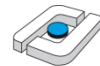
AUFTRAGGEBER

Im Rahmen eines Pro-Bono-Projektes (Master-Thesis) wurde in Zusammenarbeit mit der Fachhochschule Osnabrück (www.fh-osnabrueck.de) ein neues Modell zur Entwicklung innovativer Dienstleistungen geschaffen.

AUSGANGSLAGE

Neue Dienstleistungen bauen meistens auf den vorangegangenen Dienstleistungen auf und vermeiden lediglich Fehler der letzten Entwicklung. Es wird auf diese Weise nur verhindert, dass ein Kunde unzufrieden wird, aber es wird nicht aktiv Zufriedenheit gefördert. Der Abnehmer erhält zwar qualitativ gesicherte Dienstleistungen, welche aber nicht begeistern oder die Kundenbindung in einem gehobenen Maße begünstigen.

Ziel nach Prof. Kano sollte demgegenüber die Differenzierung von den Mitbewerbern über die Generierung von attraktiver Qualität sein. Attraktive Qualität schafft aktiv Kundenzufriedenheit und hilft so zu mehr Kundenbindung. Kano hat 2001 zu diesem Thema einen Aufsatz verfasst, welcher sich mit der Anwendung in der Produktentwicklung beschäftigt. In dieser Case Study wurde daher Kanos „Attractive Quality Creation“ im Dienstleistungsbereich angewendet und die Verwendung getestet. Ein weiterer Gedanke Kanos ist die Abbildung verschiedener Lebenszyklen, welche Produktattribute in unterschiedlicher Geschwindigkeit durchlaufen. Dieser Gedanke wurde ebenfalls in das neue Modell mit aufgenommen.



Fachhochschule Osnabrück
University of Applied Sciences

HERAUSFORDERUNG

Ziel war es, die Schaffung eines neuen Modells, das eine Verbindung zwischen der klassischen Dienstleistungsentwicklung und Kanos „Attractive Quality Creation“ herstellt.

Hierzu wurde ein Basismodell erstellt und Kanos Modell zu einem sechs Phasen umfassendes Modell verknüpft, welches sich durch Flexibilität und strikte Ausrichtung an den Bedürfnissen und Erwartungen der Kunden auszeichnet.

In dem Modell sollte außerdem durch das Monitoring von Attributlebenszyklen ein proaktives Eingreifen in die Entwicklung der Dienstleistung gewährt werden.

VORGEHENSWEISE DES NEUEN MODELLS

Das Vorgehensmodell (siehe rechts) erhält seine Flexibilität durch verschiedene Methoden, Werkzeuge und dem iterativen Charakter. In diesem Projekt wurden die Phasen innerhalb eines Monats in einem gemeinnützigen Jugendverband durchschritten:

1. Zunächst wurde durch eine SWOT-Analyse die Innovationsausrichtung festgelegt. Andere Ansatzpunkte waren konkrete Kundenprobleme oder Veränderungen im Lebenszyklusmonitoring.
2. In einem Workshop wurden Ideen generiert und parallel eine Lead-User-Befragung durchgeführt.
3. Die gesammelten Daten führten zur Identifikation von latenten Anforderungen und Bedürfnissen.
4. Einzelne Aufgaben wurden nun definiert und Lösungsalternativen ausgewählt. Nach der Moduldefinition konnte eine Risikoanalyse mit diesen durchgeführt werden, aus der 15 Module hervorkamen.
5. Diese Module wurden durch eine Kano-Befragung bewertet.
6. Abschließend konnte die Implementierung der neuen Module und das Monitoring der Lebenszyklen beginnen.

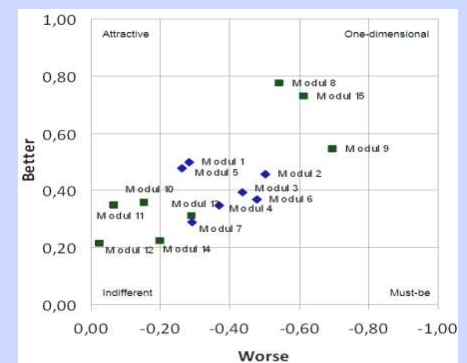


Vorgehensmodell für innovative Dienstleistungsentwicklung mit attraktiver Qualität

ERGEBNIS

Die Lead User-Befragung erbrachte interessante Ergebnisse für die Extraktion der latenten Erwartungen und Bedürfnisse.

In der anschließenden Kano-Befragung zur Zufriedenheit der Mitglieder stellte sich heraus, dass lediglich ein attraktives Element definiert werden konnte. Die weiteren Elemente erschienen indifferent (siehe Better-Worse-Diagramm). Dies ist auf die mangelnde Beschreibung und Erfahrung mit den Modulen zurückzuführen. Sollen attraktive Attribute geschaffen werden, muss zwingend ein Prototyping erfolgen. Neue Ideen müssen verstanden werden. Durch die parallele Befragung mit der self-stated-importance-Methode zeigte sich aber, dass weitere Module attraktiv erscheinen. Großen Anklang fand außerdem die Idee des Lebenszyklusmonitorings.



Better-Worse-Diagramm



Schoen + Company ist spezialisiert auf Technologie- und Dienstleistungsunternehmen und verfügt über das Wissen, die Erfahrung, Tools, Konzepte und Methoden, um Ihnen als kompetenter Partner zur Seite zu stehen. Schoen + Company bietet im Innovationsmanagement Leistungen zu den Themen Innovationsstrategie, -organisation, -prozess und -controlling.

Schoen + Company GmbH
Management Consultants
 Neuer Zollhof 2
 40221 Düsseldorf
 T 0211-8395-410
 F 0211-8395-411
 E info@schoen-company.com
 I www.schoen-company.com