

この文書は、クエストフォーラムのオーバサイト作業グループ作成によるものです。オーバサイト作業グループによる改版に従い、最新版は常にウェブサイトに掲載されます。

## 顧客とのコミュニケーションのためのガイダンス

以下に、組織とその顧客の間の互恵的なコミュニケーションを確立するために利用できる4つのサンプルアプローチを示します。組織のビジネス状況によっては、その他のアプローチを適用できる場合もあります。組織は、この概念をサプライヤと共同作業する際にも利用できます。

### アプローチ A - 期待を共有したチーム

コミュニケーションのための一つのアプローチとして挙げられるのが、自発的な期待共有プロセスです。これは、組織が顧客と連携することで、相互の期待を理解し合い、継続的に品質を向上させるためのプロセスです。緊密で長期にわたる二者間の関係を構築することが目的です。

期待の評価、ギャップの認識、およびギャップを埋めるメカニズムの作成を行うための、組織と顧客の従業員から構成される共同チームを結成します。顧客と組織の双方が合意すれば、電気通信業界の経験を持つ中立的な立場の仲介者をチームに加えることもできます。チームは、活動項目を作成し、登録された活動項目の進捗を追跡します。多くの場合、活動項目は共同の特別チームによって処理されます。コストは、顧客と組織の双方で分担します。

少なくとも年に2回、チーム会議を開くことを推奨します。活動項目の登録および品質改善手法など、継続的に品質を向上させるためのさまざまな手法を利用することができます。初回会議の典型的な議題例を以下に示します。

- a) 顧客の期待
- b) 組織の期待
- c) 期待と現在のパフォーマンスの比較
- d) ギャップの認識
- e) ギャップに対処するための活動計画の策定
- f) 活動計画を追跡および監視するための測定法の規定

### アプローチ B - 品質評価会議

コミュニケーションを促進するために、顧客と組織が定期的に会議を開き、組織の品質マネジメントシステムについて議論することを推奨します。会議は、組織のロケーションと組織によって供給された設備が稼働している顧客サイトとで交互に行うことを推奨します。

#### 組織のロケーション

組織のロケーションで実施する会議の議題例を以下に示します。

- a) TL 9000 への不適合項目
- b) 内部監査報告と関連改善活動のサンプル
- c) 測定データ
- d) エンジニアリングに関する不満
- e) 製品変更通知
- f) 顧客の懸念事項
- g) 組織の懸念事項
- h) 活動項目の登録

### 顧客サイトへの訪問

1年以内(3～6ヶ月が望ましい)に、組織の設備が稼働した顧客サイトで会議を開きます。その設備のエンジニアリング、購買、導入、立ち上げ、および稼働に直接関わった顧客の全機能部門が召集され、プログラクマネージャーおよび/またはプロダククマネージャー、品質および営業代表者、必要に応じてその他の代表者など、組織の各代表者とともに出席することが求められます。

訪問の目的は、購買、設備の稼働、および関連サービスの全体工程に関するフィードバックを得ることです。参加している顧客側の担当者に基づいて、得られるフィードバックは次の事項のいくつかまたはすべてに対応します。

- a) ハードウェアとソフトウェアの品質および信頼性
- b) 注文の容易さ
- c) 組織の代表者
- d) 新製品の市場投入
- e) 製品供給
- f) テクニカルサポート
- g) 文書
- h) 製品変更通知
- i) 請求書
- j) 導入
- k) 修理
- l) 訓練

顧客またはサプライヤ組織のその他の懸案事項について議論し、活動項目の登録に対する評価/更新も行う必要があります。

この訪問で得られたフィードバックは文書化し、課題がある場合は、組織および/または顧客による計画的な改善活動とともに活動項目に登録します。

### アプローチ C - 報告書のカスタマイズ

組織は、顧客が特定したニーズに基づく報告書を定期的に提供します。この報告書の内容としては、次のような項目が挙げられます。

- a) ハードウェアの返品率
- b) 引渡しパフォーマンス
- c) 修理戻り時間
- d) 報告された問題
- e) テクニカルサポート活動

### アプローチ D - プログラム評価

顧客または組織のロケーションで、定期的なプログラム評価を行います。議題例には、以下のような項目が挙げられます。

- a) 現状の引渡し状況
- b) 将来の要求事項の予測
- c) 技術的課題
- d) 製品特性の要求/ニーズ
- e) 品質課題
- f) 注文/請求の課題
- g) 供給製品に関する改善の機会
- h) 顧客と組織とのインターフェース

## 顧客とのコミュニケーションのためのガイダンス

活動項目をメンテナンスし、必要に応じて、各評価時またはそれ以上の頻度で活動項目を報告する必要があります。