

Guidance for Communication with Customers

This document is a product of the Oversight Work Group of the QuEST Forum. It is subject to change by the Oversight Work Group with the latest version always appearing here.

Guidance for Communication with Customers

Included below are four sample approaches that may be used to establish mutually-beneficial communications between the organization and its customers. Other approaches may be applicable to an organization's business situation. In addition, the organization may use the concepts to work with its suppliers.

Approach A – Shared Expectations Team

One approach to communications is a voluntary shared expectations process. This is a process in which the organization works jointly with a customer to create an understanding of each other's expectations and improve quality on a continuing basis. The objective is a closer, long-term relationship between the two participants.

A joint team of the organization and customer personnel is formed to review expectations, identify gaps, and create the mechanism for reducing the gaps. An impartial, telecommunications-experienced facilitator may be added to the team when agreed to by both the customer and the organization. The team develops action items and tracks them on an action item register. Often, action items are worked on by joint task forces. Costs are shared by the customer and the organization. It is recommended that the team meet at least twice a year. A number of tools are used for continual

quality improvement, including the action item register and quality improvement methodologies. A typical agenda for the initial meeting may include:

- a) customer expectations,
- b) organization expectations,
- c) comparison of current performance against expectations,
- d) identification of gaps,
- e) development of action plans to address the gaps, and
- f) definition of measures to track and monitor the action plans.

Approach B – Quality Review Meetings

To facilitate communications, the customer and the organization are encouraged to meet periodically to discuss the organization's quality management system. It is recommended that meetings alternate between the organization location and customer site where equipment furnished by the organization is in operation.

Organization's Location

A sample meeting agenda for the organization's location meeting may include:

- a) nonconformances to TL 9000,
- b) sample of internal audit reports and related improvement actions,
- c) measurements,
- d) engineering complaints,
- e) product change notices,
- f) customer concerns,
- g) organization concerns, and
- h) action item registers.

顧客とのコミュニケーションの手引き

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の成果である。オーバサイト作業グループによる改版に従い、最新版は常にこのウェブサイトに掲載される。

顧客とのコミュニケーションの手引

組織と顧客との間で、相互に便益をもたらすコミュニケーションを確立するために用いられる 4 種類のアプローチ例を、次に示す。組織の事業状況によっては、他のアプローチも適用できる。さらに組織は供給者との仕事にこのコンセプトを用いることもできる。

アプローチ A — 期待を共有するチーム

コミュニケーションに対する 1 つのアプローチは、自主的に期待を共有するプロセスである。このプロセスでは、組織が顧客と作業を行い、相互の期待に対する理解を創造し、継続的なペースで品質を改善する。目的は、二者間のより親密で長期的な関係である。

組織と顧客との要員からなる合同チームは、期待のレビューを行い、ギャップを認識し、ギャップを減少させる仕組みを創造するよう構成する。顧客と組織との合意によって、公平な立場にある電気通信業界の経験がある世話人をチームに加えることができる。チームは、活動項目を開発し、登録された活動項目の進捗を追跡する。しばしば、活動項目は、合同のタスクフォースで作業される。費用は、顧客と組織とで分担される。

チームは、年に少なくとも 2 回は会合をもつことが推奨される。活動項目の登録及び品質改善手法を含む継続的品質改善のための多くの手法が用いられる。初回の典型的な議題には、次の事項を含めてもよい。

- 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との比較
- d) ギャップの明確化
- e) ギャップを埋める活動計画の開発
- f) 活動計画の追跡及び監視のための測定の定義

アプローチ B — 品質レビュー会議

コミュニケーションを促進するために、顧客及び組織は、組織の品質マネジメントシステムを議論するために、定期的に会合をもつことが奨励される。また、開催は、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のサイトで交互に行うことが推奨される。

組織のロケーション

組織のロケーションでの開催会議の議題の例には、次の事項を含めることができる。

- a) TL 9000 への不適合
- b) 内部監査報告書及び関連する改善活動の例
- c) 測定値
- d) エンジニアリング苦情
- e) 製品変更通知
- f) 顧客の懸案事項
- g) 組織の懸案事項
- h) 活動項目の登録

Customer Site Visit

Meet at a customer site where the organization's equipment has been operating for less than one year (preferably 3 to 6 months). All customer functions that were directly involved with the engineering, procurement, installation, activation, and operation of the equipment are invited to participate along with the organization representatives, which may include the program and/or product managers, quality and sales representatives, and others as appropriate.

The purpose of the visit is to obtain feedback on the entire process of procuring and operating equipment plus related services. Based on customer participants, the feedback would address some or all of the following

- a) quality and reliability of hardware and software,
- b) ease of ordering,
- c) organization representatives,
- d) new product introduction,
- e) product delivery,
- f) technical support,
- g) documentation,
- h) product change notices,
- i) invoices,
- j) installation,
- k) repair, and
- l) training.

Other customer or supplier organization concerns should be discussed as well as a review/update to the action item register. The feedback obtained in this visit should be documented and any issues included in an action item register with planned improvement actions by the organization and/or customer.

Approach C – Customized Reports

The organization provides periodic reports based on customer-identified needs. Such reports may include:

- a) hardware return rates,
- b) delivery performance,
- c) repair turnaround time,
- d) reported problems, and
- e) technical support activity.

Approach D – Program Reviews

Conduct periodic program reviews at customer or organization locations with an agenda that may include:

- a) current deliveries,
- b) forecast of future requirements,
- c) technical issues,
- d) product feature requests/needs,
- e) quality issues,
- f) ordering/invoicing issues,
- g) improvement opportunities relative to supplied products, and
- h) the customer and organization interface.

The action item register should be maintained and action items reported during each review or more often, if appropriate

顧客サイトへの訪問

組織の設備が稼働し、1年以内（3～6ヶ月が望ましい。）に顧客サイトで会議をもつこと。その設備のエンジニアリング、購買、インストール、立上げ及び稼働にかかわる顧客の全機能部門が、招待され、組織の代表者（プログラム及び/又は製品管理者、品質管理者、営業責任者その他適切な人）とともに出席することが求められる。そして、その他適切な者を含むことができる。

訪問の目的は、購買、設備の稼働及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ある。顧客の関係者に基づいて、フィードバックは、次の事項の幾いくつか又はすべてを取り扱う。

- a) ハードウェア及びソフトウェアの品質及び信頼性
- b) オーダの容易さ
- c) 組織の管理責任者
- d) 新製品の市場投入
- e) 製品引き渡し
- f) 技術支援
- g) 文書
- h) 製品変更通知
- i) 請求書
- j) インストール
- k) 修理
- l) 訓練

その他の顧客又は供給者組織の懸案事項について、活動項目の登録に対するレビュー/アップデートとともに、議論するとよい。この訪問で得られるフィードバックは、文書化され、発行物には、組織及び/又は顧客による計画的な改善活動とともに、活動項目の登録に含まれるとよい。

アプローチ C — 特別に作成した報告書

組織は、顧客の明確化したニーズに基づいた定期的な報告書を提供する。この報告書には、次の事項を含めてもよい。

- 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) 技術支援活動

アプローチ D — プログラムレビュー

顧客又は組織のロケーションで、定期的なプログラムレビューを行うこと。議題には、次の事項を含んでもよい。

- a) 現状の引渡し状況
- b) 将来の要求事項の予測
- c) 技術課題
- d) 製品付加機能の要求/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フェース

活動項目の登録は維持され、適切な場合には、個々のレビュー又はそれ以上の間隔で、活動項目を報告するとよい。