

DIN ISO 10004

ICS 03.120.10

Ersatz für
DIN ISO/TS 10004
(DIN SPEC 91234):2011-11

**Qualitätsmanagement –
Kundenzufriedenheit –
Leitfaden zur Überwachung und Messung (ISO 10004:2012);
Text Deutsch, Englisch und Französisch**

Quality management –
Customer satisfaction –
Guidelines for monitoring and measuring (ISO 10004:2012);
Text in German, English and French

Management de la qualité –
Satisfaction du client –
Lignes directrices relatives à la surveillance et au mesurage (ISO 10004:2012);
Texte en allemand, anglais et français

Gesamtumfang 85 Seiten

DIN-Normenausschuss Qualitätsmanagement, Statistik und Zertifizierungsgrundlagen (NQSZ)

Inhalt

	Seite
Nationales Vorwort	4
Nationaler Anhang NA (informativ) Literaturhinweise...	6
Einleitung.....	7
0.1 Allgemeines.....	7
0.2 Beziehung zu ISO 9001:2008.....	7
0.3 Beziehung zu ISO 9004:2009.....	9
0.4 Beziehung zu ISO 10001, ISO 10002 und ISO 10003	9
1 Anwendungsbereich	13
2 Normative Verweisungen.....	13
3 Begriffe.....	13
4 Konzept und Leitsätze	15
4.1 Allgemeines.....	15
4.2 Konzept der Kundenzufriedenheit.....	15
4.3 Leitsätze.....	16
5 Rahmen für die Überwachung und Messung der Kundenzufriedenheit	18
6 Planung	19
6.1 Festlegen des Zwecks und der Ziele	19
6.2 Festlegen des Umfangs und der Häufigkeit	20
6.3 Festlegen von Verfahren zur Verwirklichung und von Verantwortlichkeiten.....	20
6.4 Bereitstellen von Ressourcen.....	21
7 Betrieb	21
7.1 Allgemeines.....	21
7.2 Ermittlung der Kundenerwartungen	23
7.3 Erfassen von Kundenzufriedenheitsdaten .	24
7.4 Analysieren von Kundenzufriedenheitsdaten .	31
7.5 Informationen zur Kundenzufriedenheit kommunizieren.....	34
7.6 Überwachen der Kundenzufriedenheit.....	35
8 Aufrechterhaltung und Verbesserung	38

Contents

	Page
Introduction.....	7
0.1 General.....	7
0.2 Relationship with ISO 9001:2008.....	7
0.3 Relationship with ISO 9004:2009.....	9
0.4 Relationship with ISO 10001, ISO 10002 and ISO 10003.....	9
1 Scope	13
2 Normative references.....	13
3 Terms and definitions	13
4 Concept and guiding principles	15
4.1 General.....	15
4.2 Concept of customer satisfaction	15
4.3 Guiding principles.....	16
5 Framework for monitoring and measuring customer satisfaction	18
6 Planning	19
6.1 Defining the purpose and objectives	19
6.2 Determining the scope and frequency.....	20
6.3 Determining implementation methods and responsibilities	20
6.4 Allocating resources.....	21
7 Operation	21
7.1 General.....	21
7.2 Identifying customer expectations	23
7.3 Gathering customer satisfaction data.....	24
7.4 Analysing customer satisfaction data.....	31
7.5 Communicating customer satisfaction information	34
7.6 Monitoring customer satisfaction	35
8 Maintenance and improvement.....	38

Sommaire

	Page
Introduction.....	7
0.1 Généralités	7
0.2 Relations avec l'ISO 9001:2008.....	7
0.3 Relations avec l'ISO 9004:2009.....	9
0.4 Relations avec l'ISO 10001, l'ISO 10002, l'ISO 10003.....	9
1 Domaine d'application.....	13
2 Références normatives.....	13
3 Termes et définitions	13
4 Concept et principes directeurs.....	15
4.1 Généralités	15
4.2 Concept de satisfaction du client	15
4.3 Principes directeurs	16
5 Cadre pour la surveillance et le mesurage de la satisfaction du client	18
6 Planification.....	19
6.1 Définition de la finalité et des objectifs	19
6.2 Détermination du domaine d'application et de la fréquence.....	20
6.3 Détermination des méthodes de mise en œuvre et des responsabilités	20
6.4 Affectation des ressources..	21
7 Fonctionnement	21
7.1 Généralités	21
7.2 Identification des attentes du client	23
7.3 Recueil des données de satisfaction du client	24
7.4 Analyse des données de satisfaction du client	31
7.5 Communication des informations relatives à la satisfaction du client	34
7.6 Surveillance de la satisfaction du client	35
8 Actualisation et amélioration .	38

	Seite	Page	Page
Anhang A (normativ) Konzeptionelles Modell der Kundenzufriedenheit	40	Annex A (normative) Conceptual model of customer satisfaction.....	40
Anhang B (normativ) Ermittlung der Kundenerwartungen.....	45	Annex B (normative) Identification of customer expectations.....	45
Anhang C (normativ) Direkte Messung der Kundenzufriedenheit	51	Annex C (normative) Direct measurement of customer satisfaction.....	51
Anhang D (normativ) Analyse der Kundenzufriedenheitsdaten	64	Annex D (normative) Analysis of customer satisfaction data	64
Anhang E (normativ) Verwenden von Daten zur Kundenzufriedenheit	77	Annex E (normative) Using customer satisfaction information	77
Anhang F (informativ) Beziehung zwischen dieser Internationalen Norm, ISO 10001, ISO 10002 und ISO 10003.....	81	Annex F (informative) Relationship between this International Standard, ISO 10001, ISO 10002 and ISO 10003.....	81
Literaturhinweise	85	Bibliography	85
		Annexe A (normative) Modèle conceptuel de satisfaction du client	40
		Annexe B (normative) Identification des attentes du client	45
		Annexe C (normative) Mesurage direct de la satisfaction du client	51
		Annexe D (normative) Analyse des données de satisfaction du client.....	64
		Annexe E (normative) Utilisation des informations relatives à la satisfaction du client	77
		Annexe F (informative) Relations entre la présente Norme internationale, l'ISO 10001, l'ISO 10002 et l'ISO 10003	81
		Bibliographie	85

Nationales Vorwort

Dieses Dokument wurde im Unterkomitee ISO/TC 176/SC 3, *Supporting technologies* des Technischen Komitees ISO/TC 176, *Quality management and quality assurance* erarbeitet, dessen Sekretariat von NEN (Niederlande) geführt wird.

Das zuständige deutsche Spiegelgremium ist der Arbeitsausschuss NA 147-00-01 AA „Qualitätsmanagement“ im DIN-Normenausschuss Qualitätsmanagement, Statistik und Zertifizierungsgrundlagen (NQSZ).

Das internationale Dokument (ISO 10004:2012) ist unverändert in diese Deutsche Norm übernommen worden.

Dieses Dokument ersetzt DIN ISO/TS 10004:2011.

Es wird auf die Möglichkeit hingewiesen, dass einige Elemente dieses Dokuments Patentrechte berühren können. Das DIN [und/oder die DKE] sind nicht dafür verantwortlich, einige oder alle diesbezüglichen Patentrechte zu identifizieren.

Hinweise zur Übersetzung:

- Der englische Begriff „guidance“ ist sehr allgemein und hat im Deutschen mehrere Entsprechungen. Je nach Sinn werden die Übersetzungen „Anleitung“, „Leitlinien“, „Leitfaden“ oder „Hinweise“ verwendet.
- Die englischen Begriffe „identify“ und „determine“ werden im Englischen in ähnlichen Zusammenhängen und uneinheitlich verwendet. Zudem hat jeder der Begriffe im Deutschen mehrere Entsprechungen. Je nach Sinn werden daher die Übersetzungen „festlegen“, „bestimmen“, „ermitteln“ oder „erkennen“ verwendet.

Für die in diesem Dokument zitierten Internationalen Normen wird im Folgenden auf die entsprechenden Deutschen Normen hingewiesen:

ISO 9000	siehe	DIN EN ISO 9000
ISO 9001	siehe	DIN EN ISO 9001
ISO 9004	siehe	DIN EN ISO 9004
ISO 10001	siehe	DIN ISO 10001
ISO 10002	siehe	DIN ISO 10002
ISO 10003	siehe	DIN ISO 10003
ISO/TR 10017	siehe	DIN-Fachbericht ISO/TR 10017

Änderungen

Gegenüber DIN ISO/TS 10004:2011-11 wurden folgende Änderungen vorgenommen:

- a) Präzisierungen, Klarstellungen und Verbesserungen der Verständlichkeit;
- b) in der Einleitung, im Hauptteil und in Anhang F (neu) wurde der Bezug zu den Normen ISO 10001, ISO 10002 und ISO 10003 deutlicher herausgestellt;
- c) in Abschnitt 3 wurden die Begriffe „Organisation“ und „Reklamation“ ergänzt und definiert;
- d) in 4.3 wurden 10 Leitsätze der Kundenzufriedenheit ergänzt;

- e) die Hauptüberschriften (Abschnitte 6, 7 und 8) wurden sprachlich an die übliche Managementsystemterminologie angepasst;
- f) in 7.3.2 wurden Kommentare und Diskussionen in sozialen Medien als indirekte Indikatoren der Kundenzufriedenheit aufgenommen;
- g) die Bezeichnungen in Bild B.1 wurden geändert;
- h) in Anhang B.2 wurden Beispiele von Kunden geändert oder ergänzt;
- i) in Anhang C.3.2 wurde die Erläuterung der Methode der Probenahme überarbeitet bzw. erweitert;
- j) in Anhang E.2 wurde die Anzahl an Beispielen verringert;
- k) Anhang E.3 wurde grundlegend überarbeitet.

Frühere Ausgaben

DIN ISO/TS 10004 (DIN SPEC 91234): 2011-11

Nationaler Anhang NA (informativ)

Literaturhinweise

DIN EN ISO 9000, *Qualitätsmanagementsysteme — Grundlagen und Begriffe*

DIN EN ISO 9001, *Qualitätsmanagementsysteme — Anforderungen*

DIN EN ISO 9004, *Leiten und Lenken für den nachhaltigen Erfolg einer Organisation — Ein Qualitätsmanagementansatz*

DIN ISO 10001, *Qualitätsmanagement — Kundenzufriedenheit — Leitfaden für Verhaltenskodizes für Organisationen*

DIN ISO 10002, *Qualitätsmanagement — Kundenzufriedenheit — Leitfaden für die Behandlung von Reklamationen in Organisationen*

DIN ISO 10003, *Qualitätsmanagement — Kundenzufriedenheit — Leitfaden für Konfliktlösung außerhalb von Organisationen*

DIN-Fachbericht ISO/TR 10017, *Leitfaden für die Anwendung statistischer Verfahren für ISO 9001:2000*

**Qualitätsmanagement —
Kundenzufriedenheit —
Leitfaden zur Überwachung und
Messung**

**Quality management —
Customer satisfaction —
Guidelines for monitoring
and measuring**

**Management de la qualité —
Satisfaction du client — Lignes
directrices relatives à la
surveillance et au mesurage**

Einleitung

0.1 Allgemeines

Eines der Schlüsselemente für den Erfolg einer Organisation ist die Zufriedenheit des Kunden mit der Organisation und mit ihren Produkten. Daher ist es notwendig, die Kundenzufriedenheit zu überwachen und zu messen.

Die aus Überwachung und Messung der Kundenzufriedenheit erhaltenen Informationen können helfen, Verbesserungsmöglichkeiten für die Strategien der Organisation sowie für ihre Produkte, Prozesse und Merkmale zu erkennen, die von den Kunden geschätzt werden und den Zielen der Organisation dienen. Solche Verbesserungen können das Kundenvertrauen stärken und zu wirtschaftlichen und sonstigen Vorteilen führen.

Diese Internationale Norm bietet der Organisation Leitlinien zur Einführung wirksamer Prozesse für die Überwachung und Messung der Kundenzufriedenheit.

0.2 Beziehung zu ISO 9001:2008

Diese Internationale Norm ist im Einklang mit ISO 9001:2008, deren Ziele sie unterstützt, indem sie Anleitung zur Überwachung und Messung der Kundenzufriedenheit gibt. Diese Internationale Norm kann dabei helfen, bestimmte Abschnitte in ISO 9001:2008, die sich auf Kundenzufriedenheit beziehen, zu behandeln, insbesondere die nachstehend aufgelisteten:

Introduction

0.1 General

One of the key elements of organizational success is the customer's satisfaction with the organization and its products. Therefore, it is necessary to monitor and measure customer satisfaction.

The information obtained from monitoring and measuring customer satisfaction can help identify opportunities for improvement of the organization's strategies, products, processes and characteristics that are valued by customers, and serve the organization's objectives. Such improvements can strengthen customer confidence and result in commercial and other benefits.

This International Standard provides guidance to the organization on establishing effective processes for monitoring and measuring customer satisfaction.

0.2 Relationship with ISO 9001:2008

This International Standard is compatible with ISO 9001:2008, whose objectives it supports by providing guidance on monitoring and measuring customer satisfaction. This International Standard can help address specific clauses in ISO 9001:2008 related to customer satisfaction, namely those listed below:

Introduction

0.1 Généralités

L'un des éléments essentiels de la réussite d'un organisme est la satisfaction du client vis-à-vis de l'organisme et de ses produits. Il est par conséquent nécessaire de surveiller et de mesurer la satisfaction du client.

Les informations issues de la surveillance et du mesurage de la satisfaction du client peuvent permettre d'identifier les opportunités d'amélioration des stratégies, produits, processus et caractéristiques de l'organisme qui ont de l'importance pour les clients, et ainsi être utiles à l'organisme pour atteindre ses objectifs. Ces améliorations peuvent accroître la confiance du client et générer des bénéfices commerciaux et autres.

La présente Norme internationale fournit des recommandations aux organismes pour l'établissement de processus efficaces de surveillance et de mesure de la satisfaction du client.

0.2 Relations avec l'ISO 9001:2008

La présente Norme internationale est compatible avec l'ISO 9001:2008, dont elle soutient les objectifs en fournissant des recommandations sur la surveillance et le mesurage de la satisfaction du client. La présente Norme internationale peut aider à aborder des articles spécifiques de l'ISO 9001:2008 relatifs à la satisfaction du client, à savoir:

- | | | |
|--|--|---|
| <p>a) ISO 9001:2008, 5.2, über Kundenorientierung: „Die oberste Leitung muss sicherstellen, dass die Kundenanforderungen ermittelt und mit dem Ziel der Erhöhung der Kundenzufriedenheit erfüllt werden.“</p> | <p>a) ISO 9001:2008, 5.2, on customer focus: “Top management shall ensure that customer requirements are determined and are met with the aim of enhancing customer satisfaction.”</p> | <p>a) ISO 9001:2008, 5.2 relatif à l'écoute client: «La direction doit assurer que les exigences des clients sont déterminées et respectées afin d'accroître la satisfaction des clients.»;</p> |
| <p>b) ISO 9001:2008, 6.1, b), über das Management von Ressourcen: „Die Organisation muss die erforderlichen Ressourcen ermitteln und bereitstellen, um (...) die Kundenzufriedenheit durch Erfüllung der Kundenanforderungen zu erhöhen.“</p> | <p>b) ISO 9001:2008, 6.1, b), on resource management: “The organization shall determine and provide the resources needed (...) to enhance customer satisfaction by meeting customer requirements.”</p> | <p>b) ISO 9001:2008, 6.1 b) relatif au management des ressources: «L'organisme doit déterminer et fournir les ressources nécessaires (...) pour accroître la satisfaction des clients en respectant leurs exigences.»;</p> |
| <p>c) ISO 9001:2008, 7.2.3, c), über Kommunikation mit den Kunden: „Die Organisation muss wirksame Regelungen für die Kommunikation mit den Kunden zu folgenden Punkten festlegen und verwirklichen: (...) c) Rückmeldungen von Kunden einschließlich Kundenbeschwerden.“</p> | <p>c) ISO 9001:2008, 7.2.3 c), on customer communication: “The organization shall determine and implement effective arrangements for communicating with customers in relation to (...) c) customer feedback, including customer complaints.”</p> | <p>c) ISO 9001:2008, 7.2.3 c) relatif à la communication avec les clients: «L'organisme doit déterminer et mettre en œuvre des dispositions efficaces pour communiquer avec les clients à propos (...) c) des retours d'information des clients, y compris leurs réclamations.»</p> |
| <p>d) ISO 9001:2008, 8.2.1, über Kundenzufriedenheit: „Die Organisation muss Informationen über die Wahrnehmung der Kunden in der Frage, ob die Organisation die Kundenanforderungen erfüllt hat, als eines der Maße für die Leistung des Qualitätsmanagementsystems überwachen. Die Methoden zur Erlangung und zum Gebrauch dieser Informationen müssen festgelegt werden.“</p> | <p>d) ISO 9001:2008, 8.2.1, on customer satisfaction: “As one of the measurements of the performance of the quality management system, the organization shall monitor information relating to customer perception as to whether the organization has met customer requirements. The methods for obtaining and using this information shall be determined.”</p> | <p>d) ISO 9001:2008, 8.2.1 relatif à la satisfaction du client: «L'organisme doit surveiller les informations relatives à la perception du client sur le niveau de satisfaction de ses exigences par l'organisme comme une des mesures de la performance du système de management de la qualité. Les méthodes permettant d'obtenir et d'utiliser ces informations doivent être déterminées.»;</p> |
| <p>e) ISO 9001:2008, 8.4, über Datenanalyse: „Die Organisation muss geeignete Daten ermitteln, erfassen und analysieren, um die Eignung und Wirksamkeit des Qualitätsmanagementsystems darzulegen und zu beurteilen, wo ständige Verbesserungen der Wirksamkeit des Qualitätsmanagementsystems vorgenommen werden können.“</p> | <p>e) ISO 9001:2008, 8.4, on analysis of data: “The organization shall determine, collect and analyse appropriate data to demonstrate the suitability and effectiveness of the quality management system and to evaluate where continual improvement of the effectiveness of the quality management system can be</p> | <p>e) ISO 9001:2008, 8.4 relatif à l'analyse des données: «L'organisme doit déterminer, recueillir et analyser les données appropriées pour démontrer la pertinence et l'efficacité du système de management de la qualité et pour évaluer les possibilités d'amélioration de son efficacité. Ceci doit inclure les données résultant des</p> |

Dies muss Daten einschließen, die durch Überwachung und Messung und aus anderen relevanten Quellen gewonnen wurden. Die Datenanalyse muss Angaben liefern über (...) Kundenzufriedenheit (...).“

made. This shall include data generated as a result of monitoring and measurement and from other relevant sources. The analysis of data shall provide information relating to (...) customer satisfaction (...).”

activités de surveillance et de mesure ainsi que d'autres sources pertinentes. L'analyse des données doit fournir des informations sur (...) la satisfaction du client (...).».

Diese Internationale Norm kann unabhängig von ISO 9001:2008 verwendet werden.

This International Standard can be used independently of ISO 9001:2008.

La présente Norme internationale peut également être utilisée indépendamment de l'ISO 9001:2008.

0.3 Beziehung zu ISO 9004:2009

Diese Internationale Norm ist auch im Einklang mit ISO 9004:2009, die eine Anleitung zum Leiten und Lenken für den nachhaltigen Erfolg einer Organisation bietet. Diese Internationale Norm ergänzt die Leitlinien in den nachfolgenden Abschnitten:

- ISO 9004:2009, Abschnitt B.2, über Kundenorientierung, und
- ISO 9004:2009, 8.3.1 und 8.3.2, über Ermittlung von Erfordernissen und Erwartungen der Kunden sowie deren Zufriedenheit.

0.3 Relationship with ISO 9004:2009

This International Standard is also compatible with ISO 9004:2009, which provides guidance on managing for the sustained success of an organization. This International Standard supplements the following guidance given in:

- ISO 9004:2009, Clause B.2, on customer focus, and
- ISO 9004:2009, 8.3.1 and 8.3.2, on determining needs, expectations and satisfaction of customers.

0.3 Relations avec l'ISO 9004:2009

La présente Norme internationale est également compatible avec l'ISO 9004:2009 qui fournit des recommandations pour la gestion des performances durables d'un organisme. La présente Norme internationale complète les recommandations données dans:

- l'ISO 9004:2009, B.2, relatif à l'écoute client, et
- l'ISO 9004:2009, 8.3.1 et 8.3.2, relatifs à la détermination des besoins, des attentes et de la satisfaction du client.

0.4 Beziehung zu ISO 10001, ISO 10002 und ISO 10003

Diese Internationale Norm ist im Einklang mit ISO 10001, ISO 10002 und ISO 10003. Diese vier Internationalen Normen können einzeln oder gemeinsam genutzt werden. Bei gemeinsamer Nutzung können ISO 10001, ISO 10002, ISO 10003 und diese Internationale Norm Teil eines breiten und integrierten Rahmens für die Erhöhung der Kundenzufriedenheit durch Verhaltenskodizes, Behandlung von Kundenreklamationen, Konfliktlösungen sowie Überwachung und Messung der Kundenzufriedenheit sein (siehe Anhang F).

0.4 Relationship with ISO 10001, ISO 10002 and ISO 10003

This International Standard is compatible with ISO 10001, ISO 10002 and ISO 10003. These four International Standards can be used either independently or in conjunction with each other. When used together, ISO 10001, ISO 10002, ISO 10003 and this International Standard can be part of a broader and integrated framework for enhanced customer satisfaction through codes of conduct, complaints handling, dispute resolution and monitoring and measurement of customer satisfaction (see Annex F).

0.4 Relations avec l'ISO 10001, l'ISO 10002, l'ISO 10003

La présente Norme internationale est compatible avec l'ISO 10001, l'ISO 10002 et l'ISO 10003. Ces quatre Normes internationales peuvent être utilisées indépendamment ou conjointement. Lorsqu'elles sont utilisées conjointement, l'ISO 10001, l'ISO 10002, l'ISO 10003 et la présente Norme internationale peuvent faire partie d'un cadre plus étendu et intégré permettant d'accroître la satisfaction du client par le biais de codes de conduite, de traitement des réclamations, de résolution des conflits et de surveillance et mesurage de la satisfaction des clients (voir Annexe F).

ISO 10001 bietet Organisationen einen Leitfaden für Verhaltenskodizes bezüglich Kundenzufriedenheit. Solche Verhaltenskodizes können die Wahrscheinlichkeit für das Auftreten von Problemen verringern und Ursachen für Reklamationen und Konflikte, die die Kundenzufriedenheit reduzieren können, aus der Welt schaffen.

ISO 10001 und diese Internationale Norm können gemeinsam genutzt werden. Die in dieser Internationalen Norm aufgeführten Leitlinien können dazu verhelfen, Verhaltenskodizes zu entwerfen und umzusetzen. Beispielsweise können die in dieser Internationalen Norm beschriebenen Prozesse Organisationen dabei helfen, Kundenzufriedenheit mithilfe dieser Verhaltenskodizes zu überwachen und zu messen (siehe ISO 10001:2007, 8.3). Ebenso können die Verhaltenskodizes Organisationen dabei helfen, Prozesse zur Überwachung und Messung von Kundenzufriedenheit zu definieren und einzuführen. Beispielsweise kann eine Organisation einen Verhaltenskodex in Bezug auf die Vertraulichkeit von Kundendaten bei der Überwachung und Messung von Kundenzufriedenheit entwickeln.

ISO 10002 enthält eine Anleitung zur internen Behandlung produktbezogener Reklamationen. Dieser Leitfaden kann dabei helfen, Kundenzufriedenheit und -treue zu erhalten, indem Reklamationen wirksam und effizient geklärt werden.

ISO 10002 und diese Internationale Norm können gemeinsam genutzt werden. Die in dieser Internationalen Norm aufgeführten Leitlinien können dazu verhelfen, einen Prozess zur Behandlung von Reklamationen aufzubauen und einzuführen. Beispielsweise können die in dieser Internationalen Norm beschriebenen Prozesse Organisationen dabei unterstützen, die Zufriedenheit der

ISO 10001 contains guidance on codes of conduct for organizations related to customer satisfaction. Such codes of conduct can decrease the probability of problems arising and can eliminate causes of complaints and disputes which can decrease customer satisfaction.

ISO 10001 and this International Standard can be used together. Guidelines given in this International Standard can support the establishment and implementation of codes of conduct. For example, the processes described in this International Standard can assist the organization to monitor and measure customer satisfaction with these codes of conduct (see ISO 10001:2007, 8.3). Likewise, the codes of conduct can assist the organization in defining and implementing processes for monitoring and measuring customer satisfaction. For example, an organization can establish a code of conduct with respect to the confidentiality of customer information in monitoring and measuring customer satisfaction.

ISO 10002 contains guidance on the internal handling of product-related complaints. This guidance can help to preserve customer satisfaction and loyalty by resolving complaints effectively and efficiently.

ISO 10002 and this International Standard can be used together. Guidelines given in this International Standard can support the establishment and implementation of a complaints-handling process. For example, the processes described in this International Standard can assist the organization in monitoring and measuring customer satisfaction with the complaints-handling

L'ISO 10001 contient des recommandations sur les codes de conduite des organismes concernés par la satisfaction du client. Ces codes de conduite peuvent réduire la probabilité de survenue de problèmes et éliminer les motifs de réclamations et de conflits qui peuvent diminuer la satisfaction du client.

L'ISO 10001 et la présente Norme internationale peuvent être utilisées conjointement. Les lignes directrices données dans la présente Norme internationale peuvent aider à établir et mettre en œuvre des codes de conduite. Par exemple, les processus décrits dans la présente Norme internationale peuvent aider l'organisme à surveiller et mesurer la satisfaction des clients avec ces codes de conduite (voir l'ISO 10001:2007, 8.3). De la même manière, les codes de conduite peuvent aider l'organisme à définir et mettre en œuvre des processus de surveillance et de mesure de la satisfaction du client. Par exemple, un organisme peut établir un code de conduite en ce qui concerne la confidentialité des informations relatives au client dans le cadre de la surveillance et du mesurage de la satisfaction du client.

L'ISO 10002 contient des recommandations sur le traitement des réclamations relatives aux produits au sein d'un organisme. Ces recommandations peuvent contribuer à préserver la satisfaction et la fidélité du client en résolvant les réclamations de manière efficace et efficiente.

L'ISO 10002 et la présente Norme internationale peuvent être utilisées conjointement. Les lignes directrices données dans la présente Norme internationale peuvent aider à établir et mettre en œuvre un processus de traitement des réclamations. Par exemple, les processus décrits dans la présente Norme internationale peuvent aider l'organisme à surveiller et mesurer la satisfaction du client avec le

Kunden mit dem Prozess zur Behandlung von Reklamationen zu überwachen und zu messen (siehe ISO 10002:2004, 8.3). Ebenso können Informationen eines Prozesses zur Behandlung von Reklamationen genutzt werden, um die Kundenzufriedenheit zu überwachen und zu messen. Beispielsweise kann die Häufigkeit und die Art der Reklamation ein indirekter Indikator für Kundenzufriedenheit sein (siehe 7.3.2).

ISO 10003 enthält eine Anleitung zur Lösung von Konflikten bezüglich produktbezogener Reklamationen, die intern nicht zufriedenstellend geklärt werden konnten. ISO 10003 kann dabei helfen, Kundenunzufriedenheit, die ihre Ursache in ungeklärten Reklamationen hat, zu verringern.

ISO 10003 und diese Internationale Norm können gemeinsam genutzt werden. Die in dieser Internationalen Norm aufgeführten Leitlinien können dazu verhelfen, Prozesse zur Lösung von Konflikten zu entwerfen und umzusetzen. Beispielsweise können die in dieser Internationalen Norm beschriebenen Prozesse Organisationen dabei helfen, Kundenzufriedenheit mithilfe der Prozesse zur Lösung von Konflikten zu überwachen und zu messen (siehe ISO 10003:2007, 8.3.2). Ebenso können Informationen eines Prozesses zur Lösung von Konflikten genutzt werden, um Kundenzufriedenheit zu überwachen und zu messen. Beispielsweise kann die Häufigkeit und die Art der Konflikte ein indirekter Indikator der Kundenzufriedenheit sein (siehe 7.3.2). Zusammen bieten ISO 10001, ISO 10002 und ISO 10003 Leitlinien, die dabei helfen können, Kundenunzufriedenheit auf ein Minimum zu reduzieren und Kundenzufriedenheit zu steigern. Diese Internationale Norm ergänzt ISO 10001,

process (see ISO 10002:2004, 8.3). Likewise, information from a complaints-handling process can be used in monitoring and measuring customer satisfaction. For example, the frequency and type of complaints can be an indirect indicator of customer satisfaction (see 7.3.2).

ISO 10003 contains guidance on the resolution of disputes regarding product-related complaints that could not be satisfactorily resolved internally. ISO 10003 can help to minimize customer dissatisfaction stemming from unresolved complaints.

ISO 10003 and this International Standard can be used together. Guidelines given in this International Standard can support the establishment and implementation of a dispute resolution process. For example, the processes described in this International Standard can assist the organization in monitoring and measuring customer satisfaction with the dispute resolution process (see ISO 10003:2007, 8.3.2). Likewise, information from a dispute resolution process can be used in monitoring and measuring customer satisfaction. For example, the frequency and nature of disputes can be an indirect indicator of customer satisfaction (see 7.3.2). Collectively, ISO 10001, ISO 10002 and ISO 10003 provide guidance which can help to minimize customer dissatisfaction and enhance customer satisfaction. This International Standard complements ISO 10001, ISO 10002 and ISO 10003 by providing guidance on the monitoring and measuring of customer satisfaction. The

processus de traitement des réclamations (voir l'ISO 10002:2004, 8.3). De la même manière, les informations obtenues par un processus de traitement des réclamations peuvent être utilisées pour la surveillance et le mesurage de la satisfaction du client. Par exemple, la fréquence et le type de réclamations peuvent être un indicateur indirect de la satisfaction du client (voir 7.3.2).

L'ISO 10003 contient des recommandations sur la résolution des conflits liés à des réclamations relatives à des produits et qui ne peuvent pas être résolus de manière satisfaisante en interne. L'ISO 10003 contribue à réduire le plus possible l'insatisfaction du client découlant de réclamations non résolues.

L'ISO 10003 et la présente Norme internationale peuvent être utilisées conjointement. Les lignes directrices données dans la présente Norme internationale peuvent aider à établir et mettre en œuvre un processus de résolution de conflits. Par exemple, les processus décrits dans la présente Norme internationale peuvent aider l'organisme à surveiller et mesurer la satisfaction du client avec le processus de résolution de conflits (voir l'ISO 10003:2007, 8.3.2). De la même manière, les informations obtenues dans le cadre d'un processus de résolution de conflits peuvent être utilisées pour surveiller et mesurer la satisfaction du client. Par exemple, la fréquence et la nature des conflits peuvent être un indicateur indirect de la satisfaction du client (voir 7.3.2). Collectivement, l'ISO 10001, l'ISO 10002 et l'ISO 10003 fournissent des recommandations visant à réduire le plus possible l'insatisfaction du client et à accroître sa satisfaction. L'ISO 10001, l'ISO 10002 et l'ISO 10003 sont complétées par

ISO 10002 und ISO 10003, indem sie eine Anleitung zur Überwachung und Messung der Kundenzufriedenheit bietet. Die gewonnenen Informationen können die Organisation veranlassen, Maßnahmen zu ergreifen, die helfen können, die Kundenzufriedenheit aufrechtzuerhalten oder zu verbessern.

information gained can guide the organization to take actions which can help to sustain or enhance customer satisfaction.

la présente Norme internationale qui fournit des recommandations sur la surveillance et le mesurage de la satisfaction du client. Les informations obtenues peuvent aider l'organisme à mener des actions permettant de maintenir ou d'accroître la satisfaction du client.

1 Anwendungsbereich

Diese Internationale Norm bietet Leitlinien zur Definition und Einführung von Prozessen zur Überwachung und Messung der Kundenzufriedenheit.

Diese Internationale Norm ist für die Anwendung durch Organisationen vorgesehen, unabhängig von deren Typ, Größe oder dem angebotenen Produkt. Das Hauptaugenmerk dieser Internationalen Norm liegt auf Kunden außerhalb der betrachteten Organisation.

1 Scope

This International Standard provides guidance in defining and implementing processes to monitor and measure customer satisfaction.

This International Standard is intended for use by organizations regardless of type, size or product provided. The focus of this International Standard is on customers external to the organization.

1 Domaine d'application

La présente Norme internationale fournit des recommandations pour la définition et la mise en œuvre de processus de surveillance et de mesure de la satisfaction du client.

La présente Norme internationale est destinée à être utilisée par les organismes quel que soit leur type, leur taille ou le produit fourni. La présente Norme internationale porte sur les clients externes à l'organisme.

2 Normative Verweisungen

Die folgenden zitierten Dokumente sind für die Anwendung dieses Dokuments erforderlich. Bei datierten Verweisungen gilt nur die in Bezug genommene Ausgabe. Bei undatierten Verweisungen gilt die letzte Ausgabe des in Bezug genommenen Dokuments (einschließlich aller Änderungen).

ISO 9000:2005, *Quality management systems — Fundamentals and vocabulary*

2 Normative references

The following referenced documents are indispensable for the application of this document. For dated references, only the edition cited applies. For undated references, the latest edition of the referenced document (including any amendments) applies.

ISO 9000:2005, *Quality management systems — Fundamentals and vocabulary*

2 Références normatives

Les documents de référence suivants sont indispensables à l'application du présent document. Pour les références datées, seule l'édition citée s'applique. Pour les références non datées, la dernière édition du document de référence (y compris les éventuels amendements) s'applique.

ISO 9000:2005, *Systèmes de management de la qualité — Principes essentiels et vocabulaire*

3 Begriffe

Für die Anwendung dieses Dokuments gelten die Begriffe nach ISO 9000:2005 und die folgenden Begriffe.

3.1 Produkt

Ergebnis eines Prozesses

ANMERKUNG 1 Ein Produkt kann eine Dienstleistung, Software, Hardware oder ein verfahrenstechnisches Produkt sein.

ANMERKUNG 2 In Anlehnung an ISO 9000:2005, Definition 3.4.2, deren ursprünglich drei Anmerkungen auf Anmerkung 1 verkürzt worden sind.

3 Terms and definitions

For the purposes of this document, the terms and definitions given in ISO 9000:2005 and the following apply.

3.1 product

result of a process

NOTE 1 Product can be a service, software, hardware or processed material.

NOTE 2 Adapted from ISO 9000:2005, definition 3.4.2, whose original three notes have been condensed into Note 1.

3 Termes et définitions

Pour les besoins du présent document, les termes et définitions donnés dans l'ISO 9000:2005 ainsi que les suivants s'appliquent.

3.1 produit

résultat d'un processus

NOTE 1 Le produit peut être un service, un logiciel, un matériel ou un produit issu de processus à caractère continu.

NOTE 2 Adapté de l'ISO 9000:2005, définition 3.4.2, dont les trois notes ont été condensées dans la NOTE 1.

3.2 Kunde Organisation oder Person, die ein Produkt empfängt ANMERKUNG 1 Zu den Kunden können andere interessierte Parteien gehören, auf die sich die von der Organisation gelieferten Produkte auswirken können und die den Erfolg der Organisation beeinflussen können. ANMERKUNG 2 Während ein Kunde der Organisation angehören oder ein Außenstehender sein kann, liegt das Hauptaugenmerk dieser Internationalen Norm auf dem externen Kunden. ANMERKUNG 3 In Anlehnung an ISO 9000:2005, Definition 3.3.5, deren ursprüngliche Anmerkung zu Anmerkung 1 und Anmerkung 2 erweitert worden ist. BEISPIEL Verbraucher, Klient, Endanwender, Einzelhändler, Nutzer und Käufer.	3.2 customer organization or person that receives a product NOTE 1 Customers might include other interested parties who might be affected by the products provided by the organization and who might influence the success of the organization. NOTE 2 While a customer can be internal or external to the organization, the focus of this International Standard is on the external customer. NOTE 3 Adapted from ISO 9000:2005, definition 3.3.5, whose original note has been expanded into Notes 1 and 2. EXAMPLE Consumer, client, end-user, retailer, beneficiary, purchaser.	3.2 client organisme ou personne qui reçoit un produit NOTE 1 Les clients peuvent inclure d'autres parties intéressées susceptibles d'être affectées par les produits fournis par l'organisme, et qui peuvent avoir une influence sur les performances de l'organisme. NOTE 2 Même si un client peut être interne ou externe à l'organisme, la présente Norme internationale porte sur les clients externes. NOTE 3 Adapté de l'ISO 9000:2005, définition 3.3.5, dont la note a été divisée en NOTE 1 et NOTE 2. EXEMPLE Consommateur, client, utilisateur final, détaillant, bénéficiaire, acheteur.
3.3 Kundenzufriedenheit Wahrnehmung des Kunden zu dem Grad, in dem seine Erwartungen erfüllt worden sind ANMERKUNG Diese Definition der Kundenzufriedenheit unterscheidet sich von der in ISO 9000:2005 dahingehend, dass die Festlegungen dieser Internationalen Norm dazu beabsichtigt sind, bei der Herstellung der Kundenerwartung zu unterstützen, die sich ausschließlich auf die subjektive Sicht des Kunden hinsichtlich des Produkts bezieht, während die Definition in ISO 9000:2005 auch das Verständnis der Kundenanforderungen durch die Organisation einschließt.	3.3 customer satisfaction customer's perception of the degree to which their expectations have been fulfilled NOTE The definition of customer satisfaction differs from that in ISO 9000:2005, in that the provisions of this International Standard are intended to assist in the identification of customer expectations entirely from the point of view of the customer's vision of the expected product; while the definition in ISO 9000:2005 involves the organization's understanding of the customer's requirements.	3.3 satisfaction du client perception du client sur le niveau de satisfaction de ses attentes NOTE La définition de la satisfaction du client diffère de celle donnée dans l'ISO 9000:2005 du fait que les dispositions de la présente Norme internationale sont destinées à faciliter l'identification des attentes du client uniquement du point de vue de la perception du client du produit attendu, alors que la définition de l'ISO 9000:2005 implique la compréhension qu'a l'organisme des exigences du client.
3.4 Organisation Gruppe von Personen und Einrichtungen mit einem Gefüge von Verantwortungen, Befugnissen und Beziehungen ANMERKUNG In Anlehnung an ISO 9000:2005, 3.3.1. Anmerkungen wurden gestrichen.	3.4 organization group of people and facilities with an arrangement of responsibilities, authorities and relationships NOTE Adapted from ISO 9000:2005, 3.3.1. Notes have been deleted.	3.4 organisme ensemble d'installations et de personnes avec des responsabilités, pouvoirs et relations NOTE Adapté de l'ISO 9000:2005, 3.3.1. Les Notes ont été supprimées.

BEISPIEL Gesellschaft, Konzern, Firma, Unternehmen, Institution, Wohltätigkeitsorganisation, Einzelunternehmer, Verband, Regierungsbehörde, Nichtregierungsorganisation oder eine Kombination der genannten.

EXAMPLE Company, corporation, firm, enterprise, institution, charity, sole trader, association, government agency, non-governmental organization or combination thereof.

EXEMPLE Compagnie, société, firme, entreprise, institution, œuvre de bienfaisance, travailleur indépendant, association, agence gouvernementale, organisme non gouvernemental ou combinaison de ceux-ci.

3.5 Reklamation

Ausdruck der Unzufriedenheit, die gegenüber einer Organisation (3.4) in Bezug auf deren Produkte oder den Prozess zur Bearbeitung von Reklamationen selbst zum Ausdruck gebracht wird, wenn eine Reaktion beziehungsweise Klärung explizit oder implizit erwartet wird

3.5 complaint
expression of dissatisfaction made to an organization (3.4), related to its products, or the complaintshandling process itself, where a response or resolution is explicitly or implicitly expected

3.5 réclamation
toute expression de mécontentement adressée à un organisme (3.4), concernant ses produits ou le processus même de traitement des réclamations, duquel une réponse ou une solution est explicitement ou implicitement attendue

[ISO 10002:2004, Definition 3.2]

[ISO 10002:2004, definition 3.2]

(ISO 10002:2004, définition 3.2)

ANMERKUNG Reklamationen können in Bezug auf die Prozesse zur Überwachung und Messung von Kundenzufriedenheit geäußert werden (3.3).

NOTE Complaints can be made in relation to the processes for monitoring and measuring customer satisfaction (3.3).

NOTE Les réclamations peuvent concerner les processus de surveillance et de mesure de la satisfaction du client (3.3).

4 Konzept und Leitsätze

4 Concept and guiding principles

4 Concept et principes directeurs

4.1 Allgemeines

Das in 4.2 dargelegte Konzept der Kundenzufriedenheit und die in 4.3 aufgeführten Leitsätze bilden die Grundlage für wirksame und effiziente Prozesse zur Überwachung und Messung von Kundenzufriedenheit.

4.1 General

The concept of customer satisfaction outlined in 4.2, and the guiding principles set out in 4.3, provide the basis for effective and efficient processes for monitoring and measuring customer satisfaction.

4.1 Généralités

Le concept de satisfaction du client décrit en 4.2, et les principes directeurs énoncés en 4.3 servent de base à des processus efficaces et efficients de surveillance et de mesure de la satisfaction du client.

4.2 Konzept der Kundenzufriedenheit

Kundenzufriedenheit wird bestimmt durch den Unterschied zwischen den Erwartungen des Kunden und seiner Wahrnehmung des Produktes, so wie es von der Organisation geliefert wird, und Aspekten, die die Organisation an sich betreffen.

4.2 Concept of customer satisfaction

Customer satisfaction is determined by the gap between the customer's expectations and the customer's perception of the product as delivered by the organization, and of aspects related to the organization itself.

4.2 Concept de satisfaction du client

La satisfaction du client est déterminée par l'écart entre ses attentes et sa perception du produit livré par l'organisme et des aspects relatifs à l'organisme lui-même.

Um Kundenzufriedenheit zu erreichen, sollte die Organisation als Erstes die Erwartungen des Kunden verstehen. Diese Erwar-

To achieve customer satisfaction, the organization should first understand the customer's expectations. These expectations

Afin de satisfaire le client, il convient que l'organisme commence par comprendre ses attentes. Ces attentes peuvent

tungen können klar ausgesprochen oder stillschweigend unterstellt, oder auch nicht vollständig artikuliert sein.

Kundenerwartungen, wie sie von der Organisation verstanden werden, bilden die wesentliche Basis für das Produkt, das entsprechend geplant und geliefert wird.

Das Ausmaß, in dem der Kunde wahrnimmt, dass das gelieferte Produkt und andere Aspekte der Organisation die Erwartungen erfüllen oder übertreffen, bestimmt den Grad der Kundenzufriedenheit.

Es ist wichtig, zwischen dem Bild, das die Organisation von der Qualität des gelieferten Produktes hat, und der Wahrnehmung des Kunden des Produkts und anderer Aspekte der Organisation zu unterscheiden, denn es ist die Letztere, die seine Zufriedenheit bestimmt. Die Beziehung zwischen den Sichtweisen der Organisation und des Kunden hinsichtlich Qualität wird eingehender durch das konzeptionelle Modell der Kundenzufriedenheit beschrieben, das in Anhang A vorgestellt wird.

Da Kundenzufriedenheit Veränderungen unterliegt, sollten Organisationen Prozesse zur regelmäßigen Überwachung und Messung der Kundenzufriedenheit einführen.

4.3 Leitsätze

4.3.1 Verständnis

Die Organisation sollte die Erwartungen der Kunden und die Wahrnehmung der Kunden, wie gut diese Erwartungen erfüllt werden, klar und in vollem Umfang verstehen.

might be explicit or implicit, or not fully articulated.

Customer expectations, as understood by the organization, form the primary basis of the product that is subsequently planned and delivered.

The extent to which the delivered product and other organizational aspects are perceived by the customer to meet or exceed expectations determines the degree of customer satisfaction.

It is important to make a distinction between the organization's view of the quality of the delivered product and the customer's perception of the delivered product and of other organizational aspects, because it is the latter that governs the customer's satisfaction. The relationship between the organization's and the customer's views on quality is further described by the conceptual model of customer satisfaction, as presented in Annex A.

Since customer satisfaction is subject to change, organizations should establish processes to monitor and measure customer satisfaction on a regular basis.

4.3 Guiding principles

4.3.1 Comprehension

The organization should clearly and fully understand the customer's expectations, and the customer's perception of how well those expectations are met.

être explicites ou implicites, ou non totalement exprimées de façon claire.

Les attentes du client, telles qu'elles sont comprises par l'organisme, constituent le fondement de la planification et de la livraison du produit à réaliser.

Le niveau de satisfaction du client est déterminé par le degré selon lequel le produit livré et d'autres aspects de l'organisme sont perçus par le client comme respectant ou dépassant ses attentes.

Il est important de faire la distinction entre le point de vue de l'organisme sur la qualité du produit livré et la perception par le client du produit livré et d'autres aspects de l'organisme, car c'est cette dernière qui détermine la satisfaction du client. Les relations entre les points de vue de l'organisme et du client sur la qualité sont décrites plus avant par le modèle conceptuel de satisfaction du client présenté dans l'Annexe A.

La satisfaction du client étant sujette au changement, il convient que les organismes établissent régulièrement des processus de surveillance et de mesure de la satisfaction du client.

4.3 Principes directeurs

4.3.1 Compréhension

Il convient que l'organisme comprenne clairement et pleinement les attentes du client et la perception qu'a le client du respect de ces attentes.

4.3.2 Integrität

Die Organisation sollte die Relevanz, Richtigkeit und Vollständigkeit der mit der Kundenzufriedenheit im Zusammenhang stehenden Daten sicherstellen.

4.3.3 Relevanz

Die Informationen der aus der Kundenzufriedenheit erlangten Daten sollten bedeutsam und nützlich sein.

4.3.4 Pünktlichkeit

Das Sammeln und die Verteilung der Informationen sollten zu angemessenen Zeiten geschehen und mit der Zielsetzung der Organisation im Einklang stehen.

4.3.5 Kommunikation

Soweit dies angemessen ist, sollte die Organisation sicherstellen, dass die Informationen zur Kundenzufriedenheit an interessierte Parteien weitergeleitet werden.

4.3.6 Kontinuität

Die Organisation sollte sicherstellen, dass die Überwachung der Kundenzufriedenheit ein stetiger und fortlaufender Prozess ist.

4.3.7 Reaktionsverhalten

Die Informationen zur Kundenzufriedenheit sollten als Grundlage für Maßnahmen, die für das Erreichen der Ziele der Organisation förderlich sind, genutzt werden.

4.3.8 Transparenz

Relevante Informationen zur Kundenzufriedenheit und die sich daraus ergebenden Maßnahmen sollten mit Kunden geteilt werden.

4.3.9 Rechenschaftspflicht

Die Organisation sollte Rechenschaftspflichten für die Entscheidungen und Maßnahmen in Verbindung mit der Überwachung und Messung der Kundenzufriedenheit einführen und aufrechterhalten.

4.3.2 Integrity

The organization should ensure the relevance, correctness and completeness of data pertinent to customer satisfaction.

4.3.3 Relevance

The information derived from customer satisfaction data should be meaningful and useful.

4.3.4 Timeliness

Gathering and dissemination of information should be done at the appropriate time, consistent with the organization's objectives.

4.3.5 Communication

The organization should ensure that customer satisfaction information is communicated to interested parties, as appropriate.

4.3.6 Continuity

The organization should ensure that monitoring of customer satisfaction is ongoing and continuous.

4.3.7 Responsiveness

Customer satisfaction information should be used as a basis for action to support the achievement of the organization's objectives.

4.3.8 Transparency

Relevant customer satisfaction information and resulting actions should be shared with customers.

4.3.9 Accountability

The organization should establish and maintain accountability for the decisions and actions taken with respect to monitoring and measuring customer satisfaction.

4.3.2 Exhaustivité

Il convient que l'organisme s'assure de l'exactitude, de la complétude et de la pertinence des données en rapport avec la satisfaction du client.

4.3.3 Pertinence

Il convient que les informations extraites des données de satisfaction du client soient significatives et utiles.

4.3.4 Ponctualité

Il convient que le recueil et la diffusion des informations soient effectués au moment opportun, en cohérence avec les objectifs de l'organisme.

4.3.5 Communication

Il convient que l'organisme s'assure que les informations relatives à la satisfaction du client soient communiquées aux parties intéressées.

4.3.6 Continuité

Il convient que l'organisme s'assure que la surveillance de la satisfaction du client soit permanente et continue.

4.3.7 Réactivité

Il convient que les informations relatives à la satisfaction du client servent de base d'action pour soutenir la réalisation des objectifs de l'organisme.

4.3.8 Transparence

Il convient de partager avec les clients les informations pertinentes de satisfaction du client et les actions qui en découlent.

4.3.9 Responsabilité

Il convient que l'organisme établisse et maintienne la responsabilité pour les décisions et les actions relatives à la surveillance et au mesurage de la satisfaction du client.

4.3.10 Verpflichtung

Die Organisation sollte sich aktiv dazu verpflichten, Prozesse zur Überwachung und Messung der Kundenzufriedenheit zu definieren und einzuführen.

4.3.10 Commitment

The organization should be actively committed to defining and implementing processes to monitor and measure customer satisfaction.

4.3.10 Engagement

Il convient que l'organisme s'engage activement à définir et mettre en œuvre des processus de surveillance et de mesure de la satisfaction du client.

5 Rahmen für die Überwachung und Messung der Kundenzufriedenheit

Die Organisation sollte einen systematischen Ansatz zur Überwachung und Messung der Kundenzufriedenheit festlegen. Dieser Ansatz sollte durch einen organisatorischen Rahmen ergänzt werden, um die Planung, den Betrieb, die Aufrechterhaltung und die Verbesserung von Prozessen zur Überwachung und Messung der Kundenzufriedenheit zu ermöglichen.

5 Framework for monitoring and measuring customer satisfaction

The organization should establish a systematic approach to monitoring and measuring customer satisfaction. This approach should be supported by an organizational framework to enable the planning, operation, maintenance and improvement of processes for monitoring and measuring customer satisfaction.

5 Cadre pour la surveillance et le mesurage de la satisfaction du client

Il convient que l'organisme établisse une approche systématique de surveillance et de mesurage de la satisfaction du client. Il convient que cette approche s'inscrive dans un cadre organisationnel afin de permettre la planification, le fonctionnement, l'actualisation et l'amélioration des processus de surveillance et de mesure de la satisfaction du client.

Zur Planung gehören die Festlegung von Verfahren zur Einführung und die Bereitstellung der notwendigen Ressourcen (siehe Abschnitt 6).

Planning includes determination of the methods of implementation, and the allocation of necessary resources (see Clause 6).

La planification comprend la détermination des méthodes de mise en œuvre et l'affectation des ressources nécessaires (voir Article 6).

Zum Betrieb gehören das Ermitteln der Kundenerwartungen, das Sammeln und Analysieren von Kundenzufriedenheitsdaten, das Liefern von Rückmeldungen für Verbesserungen, sowie das Überwachen der Kundenzufriedenheit (siehe Abschnitt 7).

Operation includes identifying customer expectations, gathering and analysing customer satisfaction data, providing feedback for improvement and monitoring of customer satisfaction (see Clause 7).

Le fonctionnement comprend l'identification des attentes du client, le recueil et l'analyse des données de satisfaction du client, les retours d'information en vue d'apporter des améliorations et la surveillance de la satisfaction du client (voir Article 7).

Zur Aufrechterhaltung und Verbesserung gehören das Überprüfen, Bewerten und das fortlaufende Verbessern von Prozessen zur Überwachung und Messung der Kundenzufriedenheit (siehe Abschnitt 8).

Maintenance and improvement includes the review, evaluation and continual improvement of processes for monitoring and measuring customer satisfaction (see Clause 8).

L'actualisation et l'amélioration comprennent la revue, l'évaluation et l'amélioration continue des processus de surveillance et de mesure de la satisfaction du client (voir Article 8).

6 Planung**6.1 Festlegen des Zwecks und der Ziele**

Zuerst sollte die Organisation Zweck und Ziele für die Überwachung und Messung der Kundenzufriedenheit eindeutig festlegen, welche beispielsweise das Folgende umfassen können:

- Bewerten der Kundenreaktion auf vorhandene, neue oder umgestaltete Produkte;
- Gewinnen von Informationen zu speziellen Aspekten, wie etwa Unterstützungsprozesse, Verhalten von Mitarbeitern oder der Organisation;
- Untersuchen der Gründe für Kundenreklamationen;
- Untersuchen der Gründe für den Verlust von Kunden oder Marktanteilen;
- Überwachen von Entwicklungstendenzen der Kundenzufriedenheit;
- Vergleichen der Kundenzufriedenheit im Verhältnis zu anderen Organisationen.

Der Zweck und die Ziele bestimmen, was, wann, wie und von wem die Daten erfasst werden. Sie bestimmen auch, wie die Daten analysiert werden und wie die gewonnenen Informationen letztlich zu verwenden sind.

Die Ziele des Überwachens und Messens der Kundenzufriedenheit sollten so festgelegt werden, dass deren Erfüllung unter Nutzung von durch die Organisation festgelegten Leistungsindikatoren gemessen werden kann.

6 Planning**6.1 Defining the purpose and objectives**

As a first step, the organization should clearly define the purpose and objectives of monitoring and measuring customer satisfaction, which might, for example, include the following:

- to evaluate customer response to existing, new or re-designed products;
- to obtain information on specific aspects, such as supporting processes, personnel or organization behaviour;
- to investigate reasons for customer complaints;
- to investigate reasons for loss of customers or market share;
- to monitor trends in customer satisfaction;
- to compare customer satisfaction in relation to other organizations.

The purpose and objectives influence what, when, how and from whom the data are gathered. They also influence how the data are analysed and how the information is ultimately to be used.

The objectives of monitoring and measuring customer satisfaction should be defined in a manner such that their fulfilment can be measured using performance indicators as specified by the organization.

6 Planification**6.1 Définition de la finalité et des objectifs**

Il convient dans un premier temps que l'organisme définisse clairement la finalité et les objectifs de la surveillance et du mesurage de la satisfaction du client, lesquels peuvent par exemple consister à:

- évaluer les réactions du client à un produit existant, à un nouveau produit ou à un produit modifié;
- obtenir des informations sur des aspects spécifiques tels que les processus d'assistance, le comportement du personnel ou de l'organisme;
- rechercher les motifs de réclamation du client;
- rechercher les motifs de perte de clients ou de parts de marché;
- surveiller les tendances en matière de satisfaction du client;
- comparer la satisfaction du client par rapport à d'autres organismes.

La finalité et les objectifs influencent le type de données recueillies, quand et comment elles sont recueillies, et auprès de qui. Ils influencent également la manière dont les données sont analysées et dont les informations sont finalement utilisées.

Il convient que les objectifs de la surveillance et du mesurage de la satisfaction du client soient définis de manière à pouvoir mesurer leur réalisation en utilisant des indicateurs de performance spécifiés par l'organisme.

6.2 Festlegen des Umfangs und der Häufigkeit

Auf der Grundlage von Zweck und Zielen sollte die Organisation den Umfang der geplanten Erhebung festlegen, sowohl, was die Art der gesuchten Daten betrifft, als auch wo sie gewonnen werden sollten.

Die Art der gesammelten Informationen kann sich von Daten, die ein bestimmtes Merkmal betreffen, bis hin zur Bewertung der Gesamt-zufriedenheit erstrecken. Zugleich hängt der Umfang der Bewertung von der Art der Segmentierung ab, beispielsweise:

- nach Kunde,
- nach Region,
- nach Zeitraum,
- nach Markt, oder
- nach Produkt.

Die Organisation sollte die Häufigkeit der Datenerfassung festlegen. Diese kann in regelmäßigen oder unregelmäßigen Abständen oder sowohl als auch erfolgen, je nachdem, wie es Geschäftserfordernisse oder spezielle Ereignisse vorgeben (siehe 7.3).

6.3 Festlegen von Verfahren zur Einführung und von Verantwortlichkeiten

Einige Informationen bezüglich Kundenzufriedenheit können auf indirekte Weise aus internen Prozessen der Organisation gewonnen werden (z. B. aus der Bearbeitung von Kundenreklamationen) oder aus externen Quellen (z. B. aus Berichten in den Medien). Üblicherweise erfordert das von der Organisation, dass solche Informationen um direkt von den Kunden erhaltene Daten ergänzt werden.

6.2 Determining the scope and frequency

Based on the purpose and objectives, the organization should determine the scope of the planned measurement, in terms of both the type of data that is sought, and from where it is to be obtained.

The type of information gathered can range from data regarding a specific characteristic, to assessment of overall satisfaction. Likewise, the scope of assessment depends on the type of segmentation, such as:

- by customer,
- by region,
- by time period
- by market, or
- by product.

The organization should also determine the frequency of data gathering, which can be on a regular basis, on an occasional basis, or both, as dictated by business needs or specific events (see 7.3).

6.3 Determining implementation methods and responsibilities

Some information regarding customer satisfaction might be obtained indirectly from the organization's internal processes (e.g. customer complaints handling) or from external sources (e.g. reports in the media). Usually, the organization needs to supplement such information with data obtained directly from customers.

6.2 Détermination du domaine d'application et de la fréquence

En fonction de la finalité et des objectifs, il convient que l'organisme détermine le domaine d'application du mesurage planifié, en termes à la fois du type de données recherchées et auprès de qui les obtenir.

Le type d'informations recueillies peut aller des données relatives à une caractéristique spécifique à l'évaluation de la satisfaction dans son ensemble. De même, le domaine d'application de l'évaluation dépend du type de segmentation, tel que:

- par client;
- par région;
- par période;
- par marché; ou
- par produit.

Il convient également que l'organisme détermine la fréquence de recueil des données (sur une base régulière ou ponctuelle, ou les deux), en fonction des besoins de l'organisme ou d'un événement spécifique (voir 7.3).

6.3 Détermination des méthodes de mise en œuvre et des responsabilités

Certaines informations relatives à la satisfaction du client peuvent être obtenues indirectement de processus internes à l'organisme tels que le traitement des réclamations du client, ou de sources externes telles que des rapports dans les médias. En règle générale, l'organisme a besoin de compléter ces informations par des données obtenues directement auprès du client.

Die Organisation sollte festlegen, wie Informationen zur Kundenzufriedenheit gewonnen werden sollen, und wer für diese Tätigkeit verantwortlich ist. Die Organisation sollte auch festlegen, an wen die Informationen zwecks Ergreifung geeigneter Maßnahmen geleitet werden sollen.

The organization should determine how customer satisfaction information is to be obtained, and who is responsible for that activity. The organization should also determine to whom the information is to be directed for appropriate action.

Il convient que l'organisme détermine la manière dont les informations relatives à la satisfaction du client sont obtenues, ainsi que les personnes responsables de cette activité. Il convient que l'organisme détermine également à qui les informations sont destinées en vue d'entreprendre les actions appropriées.

Die Organisation sollte planen, die Prozesse zur Gewinnung und Nutzung von Informationen über Kundenzufriedenheit, ebenso wie die Ergebnisse und die Wirksamkeit dieser Prozesse, zu überwachen.

The organization should plan to monitor the processes for obtaining and using customer satisfaction information, as well as the results and effectiveness of these processes.

Il convient que l'organisme planifie la surveillance des processus d'obtention et d'utilisation des informations relatives à la satisfaction du client, ainsi que la surveillance des résultats et de l'efficacité de ces processus.

6.4 Bereitstellen von Ressourcen

Die Organisation sollte die für das Planen sowie für die Überwachung und Messung der Kundenzufriedenheit benötigten kompetenten personellen sowie anderen Ressourcen festlegen und bereitstellen.

6.4 Allocating resources

The organization should determine and provide the necessary competent human and other resources for planning, monitoring and measuring customer satisfaction.

6.4 Affectation des ressources

Il convient que l'organisme détermine et fournisse les ressources humaines compétentes et autres ressources nécessaires à la planification, à la surveillance et au mesurage de la satisfaction du client.

7 Betrieb

7.1 Allgemeines

Um die Kundenzufriedenheit zu überwachen und zu messen, sollte die Organisation:

- die Erwartungen der Kunden ermitteln;
- Daten zur Kundenzufriedenheit erfassen;
- Daten zur Kundenzufriedenheit analysieren;
- die Informationen zur Kundenzufriedenheit kommunizieren;
- die Kundenzufriedenheit fortlaufend überwachen.

Diese Tätigkeiten und ihr Zusammenhang werden in Bild 1 veranschaulicht und in 7.2 bis 7.6 beschrieben.

7 Operation

7.1 General

To monitor and measure customer satisfaction, the organization should:

- identify customer expectations;
- gather customer satisfaction data;
- analyse customer satisfaction data;
- communicate customer satisfaction information;
- monitor customer satisfaction on-going.

These activities and their relationship are depicted in Figure 1, and described in 7.2 to 7.6.

7 Fonctionnement

7.1 Généralités

Afin de surveiller et de mesurer la satisfaction du client, il convient que l'organisme:

- identifie les attentes du client;
- recueille les données de satisfaction du client;
- analyse les données de satisfaction du client;
- communique les informations relatives à la satisfaction du client;
- surveille en continu la satisfaction du client.

Ces activités et leurs relations sont illustrées à la Figure 1 et sont décrites de 7.2 à 7.6.

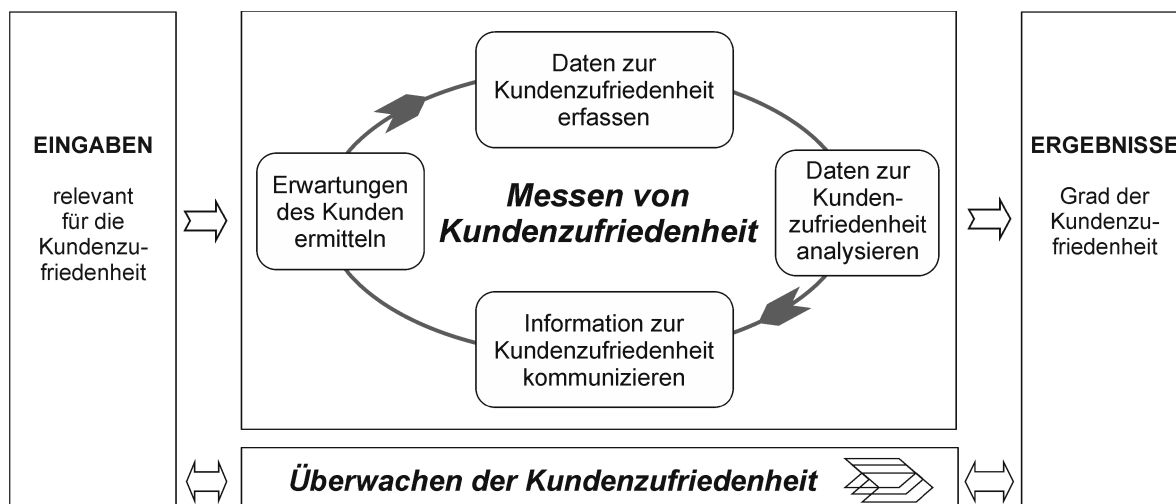


Bild 1 — Überwachung und Messung der Kundenzufriedenheit

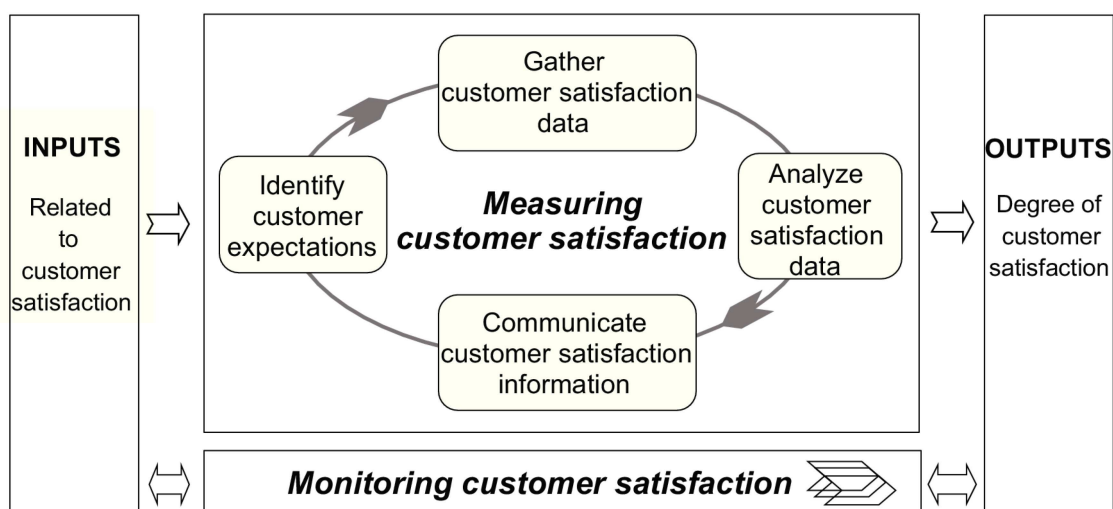


Figure 1 — Monitoring and measuring customer satisfaction

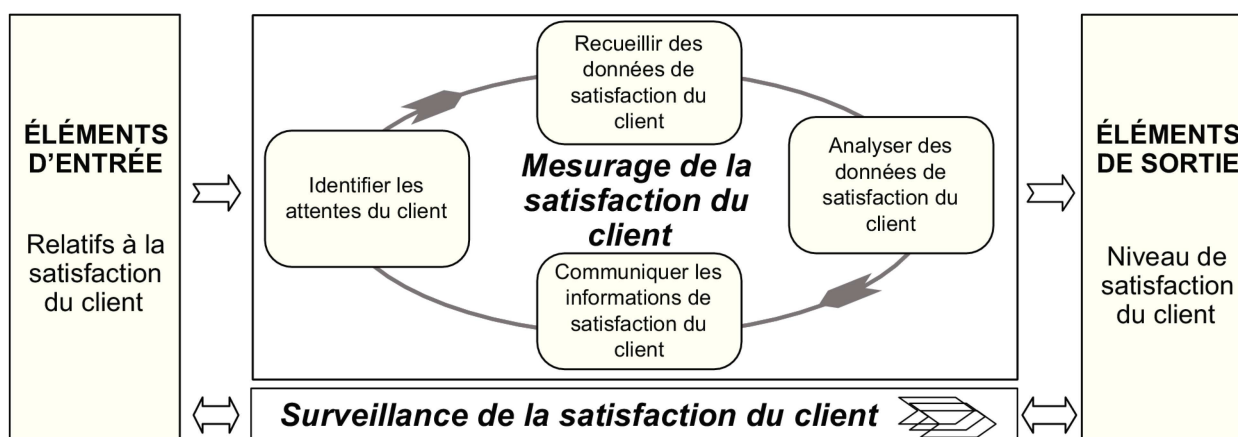


Figure 1 — Surveillance et mesurage de la satisfaction du client

7.2 Ermittlung der Kundenerwartungen

7.2.1 Bestimmung der Kunden

Die Organisation sollte sowohl die derzeitigen als auch die möglichen Kunden bestimmen, deren Erwartungen sie zu ermitteln beabsichtigt.

Sobald die Gruppe der „Kunden“ festgelegt ist, sollte die Organisation die einzelnen Kunden bestimmen, deren Erwartungen ermittelt werden sollen. Im Verbrauchsgütersektor beispielsweise können diese einzelnen Kunden entweder regelmäßige Kunden sein, oder sie können gelegentliche Kunden sein. Wenn der Kunde ein Unternehmen ist, sollten eine oder mehrere Personen aus diesem Unternehmen (z. B. aus dem Einkauf, dem Projektmanagement oder der Produktion) ausgewählt werden.

Weitere Beispiele zu unterschiedlichen Kundenarten und Überlegungen sind in Abschnitt B.2 aufgeführt.

7.2.2 Kundenerwartungen ermitteln

Beim Ermitteln der Kundenerwartungen (siehe Bild A.1) sollte die Organisation das Folgende berücksichtigen:

- geäußerte Kundenanforderungen;
- unausgesprochen vorhandene Kundenanforderungen;
- gesetzliche und behördliche Anforderungen;
- weitere Kundenwünsche („Wunschliste“).

Es ist wichtig zu bedenken, dass ein Kunde möglicherweise nicht immer alle Aspekte des Produktes ausdrücklich festlegen wird. Eigenschaften, die vorausgesetzt werden, können

7.2 Identifying customer expectations

7.2.1 Identifying the customers

The organization should identify the customers, both current and potential, whose expectations it intends to determine.

Once the “customer” group has been defined, the organization should identify the individual customers whose expectations are to be determined. For example, in the consumer goods sector, such individuals might be regular customers, or they might be occasional customers. When the customer is an enterprise, one or more persons in that enterprise (e.g. from purchasing, project management or production) should be selected.

Further examples of various types of customers and considerations are provided in Clause B.2.

7.2.2 Determining customer expectations

When determining customer expectations (see Figure A.1), the organization should consider the following:

- stated customer requirements;
- implied customer requirements;
- statutory and regulatory requirements;
- other customer desires (“wish list”).

It is important to recognize that a customer might not always explicitly specify all aspects of the product. Items that are presupposed might not be specified. Some aspects might be over-

7.2 Identification des attentes du client

7.2.1 Identification des clients

Il convient que l'organisme identifie les clients, existants et potentiels, dont il vise à déterminer les attentes.

Une fois le groupe de clients défini, il convient que l'organisme identifie les clients individuels dont les attentes sont à déterminer. Par exemple, dans le secteur des biens de consommation, ces individus peuvent être des clients réguliers ou des clients occasionnels. Lorsque le client est une entreprise, il convient de sélectionner une ou plusieurs personnes de cette entreprise (par exemple au sein des achats, de la gestion de projet ou de la production).

D'autres exemples de différents types de clients et de considérations sont fournis en B.2.

7.2.2 Détermination des attentes du client

Lors de la détermination des attentes du client (voir Figure A.1), il convient que l'organisme prenne en compte les éléments suivants:

- les exigences formulées du client;
- les exigences implicites du client;
- les exigences légales et réglementaires;
- les autres désirs du client (liste de souhaits).

Il est important d'admettre qu'un client peut ne pas toujours spécifier explicitement tous les aspects du produit. Des éléments présumés peuvent ne pas être spécifiés. Certains aspects

u. U. nicht spezifiziert sein. Manche Aspekte können übersehen werden oder sind dem Kunden vielleicht nicht bekannt.

looked, or may not be known to the customer.

peuvent également être négligés ou ignorés par le client.

Wie in dem konzeptionellen Modell (siehe Anhang A) dargestellt, ist es entscheidend, dass die Erwartungen des Kunden eindeutig und vollständig verstanden werden. Wie gut diese Erwartungen erfüllt werden, wird sich auf die Zufriedenheit des Kunden auswirken. Beispiele für diverse Gesichtspunkte, die zu berücksichtigen sind, um die Kundenerwartungen besser zu verstehen, werden in Abschnitt B.3 angegeben.

As outlined in the conceptual model (see Annex A), it is crucial that the customer's expectations are clearly and completely understood. How well these expectations are met will influence the customer's satisfaction. Examples of various aspects to consider in order to better understand customer expectations are provided in Clause B.3.

Comme décrit dans le modèle conceptuel (voir Annexe A), il est crucial que les attentes du client soient clairement et complètement comprises. Le niveau de respect de ces attentes influe sur la satisfaction du client. Des exemples de différents aspects à prendre en compte afin de mieux comprendre les attentes du client sont fournis en B.3.

Der Zusammenhang zwischen Kundenerwartungen und Kundenzufriedenheit wird in Abschnitt B.4 weiterführend behandelt.

The relationship between customer expectations and customer satisfaction is further discussed in Clause B.4.

La relation entre les attentes et la satisfaction du client est traitée de manière plus détaillée en B.4.

ANMERKUNG Informationen hinsichtlich der Kundenerwartungen können ebenfalls zur Vorbereitung von Verhaltenskodizes zur Kundenzufriedenheit genutzt werden (siehe ISO 10001:2007, Abschnitt 6).

NOTE Information regarding customer expectations can also be used in preparing codes of conduct for customer satisfaction (see ISO 10001:2007, Clause 6).

NOTE Les informations relatives aux attentes du client peuvent également être utilisées pour élaborer des codes de conduite pour la satisfaction du client (voir l'ISO 10001:2007, Article 6).

7.3 Erfassen von Kundenzufriedenheitsdaten

7.3 Gathering customer satisfaction data

7.3 Recueil des données de satisfaction du client

7.3.1 Ermitteln und Auswählen von Merkmalen mit Bezug zur Kundenzufriedenheit

7.3.1 Identifying and selecting characteristics related to customer satisfaction

7.3.1 Identification et sélection des caractéristiques liées à la satisfaction du client

Die Organisation sollte diejenigen Merkmale des Produktes, seiner Lieferung und der Organisation ermitteln, die maßgebliche Auswirkung auf die Kundenzufriedenheit haben. Zur Vereinfachung können die Merkmale in Gruppen zusammengefasst werden, wie etwa:

The organization should identify the characteristics of the product, of its delivery and of the organization, which have a significant effect on customer satisfaction. For convenience, the characteristics can be grouped into categories such as:

Il convient que l'organisme identifie les caractéristiques du produit, de sa livraison et de l'organisme qui ont un effet significatif sur la satisfaction du client. Pour des raisons pratiques, ces caractéristiques peuvent être regroupées en catégories telles que:

a) Produktmerkmale;

a) product characteristics;

a) caractéristiques du produit;

BEISPIEL Leistungsfaktoren (Qualität, Zuverlässigkeit), Funktionen, Ästhetik, Sicherheit, Kundenbetreuung (Instandhaltung, Entsorgung, Schulung), Preis, wahrgenommener Wert, Gewährleistung, Umweltauswirkungen.

EXAMPLE Performance (quality, dependability), features, aesthetics, safety, support (maintenance, disposal, training), price, perceived value, warranty, environmental impact.

EXEMPLE Performances (qualité, fiabilité), fonctionnalités, esthétique, sécurité, assistance (maintenance, mise au rebut, formation), prix, valeur perçue, garantie, impact sur l'environnement.

b) Liefermerkmale; BEISPIEL Pünktliche Lieferung, Vollständigkeit der Bestellung, Reaktionszeit, Betriebsinformationen.	b) delivery characteristics; EXAMPLE On-time delivery, completeness of order, response time, operating information.	b) caractéristiques de livraison; EXEMPLE Livraison à la date prévue, exhaustivité de la commande, temps de réaction, informations d'utilisation.
c) organisatorische Merkmale. BEISPIEL Mitarbeitermerkmale (Höflichkeit, Kompetenz, Kommunikation), Abrechnungsprozess, Behandlung von Reklamationen, Sicherheit, Verhalten der Organisation (Unternehmensethik, gesellschaftliche Verantwortung), Ansehen in der Gesellschaft, Transparenz.	c) organizational characteristics. EXAMPLE Personnel characteristics (courtesy, competence, communication), billing process, complaints handling, security, organizational behaviour (business ethics, social responsibility), image in society, transparency.	c) caractéristiques de l'organisme; EXEMPLE Caractéristiques du personnel (courtoisie, compétence, communication), processus de facturation, gestion des réclamations, sécurité, comportement de l'organisme (éthique commerciale, responsabilité sociale), image publique, transparence.

Die Organisation sollte die ausgewählten Merkmale in eine Rangfolge bringen, um deren relative Bedeutung, wie sie vom Kunden wahrgenommen wird, zu erkennen. Falls notwendig, sollte eine Umfrage unter einer Teilmenge der Kunden durchgeführt werden, um deren Sichtweise bezüglich der relativen Bedeutung der Merkmale zu ermitteln oder zu verifizieren.

The organization should rank the selected characteristics to reflect their relative importance, as perceived by the customer. If necessary, a survey should be carried out with a sub-set of customers to determine or verify their perception of relative importance of characteristics.

Il convient que l'organisme classe les caractéristiques sélectionnées en fonction de leur importance relative, telle que perçue par le client. Si nécessaire, il convient de réaliser un sondage parmi un sous-ensemble de clients afin de déterminer ou de vérifier leur perception de l'importance relative des caractéristiques.

7.3.2 Indirekte Indikatoren der Kundenzufriedenheit

Die Organisation sollte vorhandene Informationsquellen auf Daten prüfen, die mit Kundenzufriedenheit verbundene Merkmale widerspiegeln, beispielsweise

- Häufigkeit oder Entwicklungstendenz von Kundenreklamationen und Konflikten (siehe ISO 10002:2004, Abschnitt 8, und ISO 10003), Unterstützungersuchen oder Kundenlob;
- Häufigkeit oder Entwicklungstendenz bei Retouren, Nachbesserungen oder anderen Kennzahlen für die Leistung des Produkts oder für die Kundenakzeptanz, beispielsweise Installations- und/oder Prüfprotokolle;

7.3.2 Indirect indicators of customer satisfaction

The organization should examine existing sources of information for data that reflect characteristics related to customer satisfaction, e.g.

- frequency or trend in customer complaints and disputes (see ISO 10002:2004, Clause 8, and ISO 10003), calls for assistance, or customer compliments;
- frequency or trend in product returns, product repair or other indicators of product performance or customer acceptance, e.g. installation or field inspection reports;

7.3.2 Indicateurs indirects de la satisfaction du client

Il convient que l'organisme examine les sources d'informations existantes sur les données reflétant les caractéristiques relatives à la satisfaction du client, par exemple

- fréquence ou tendance des réclamations et des conflits (voir l'ISO 10002:2004, Article 8, et l'ISO 10003), demandes d'assistance ou compliments de la part du client;
- fréquence ou tendance des retours de produits, des réparations de produits ou autres indicateurs de performance des produits ou d'acceptation du client, tels que les rapports d'installation ou d'inspection sur le terrain;

— in der Kommunikation mit Kunden gewonnene Daten, beispielsweise durch Vertriebs- oder Kundendienstpersonal;	— data obtained through communication with customers, e.g. by marketing, customer service personnel;	— données obtenues au travers de la communication avec les clients, par exemple via le personnel du marketing ou du service à la clientèle;
— Berichte über von Kundenorganisationen durchgeführte Lieferantenbewertungen, die zeigen können, wie die Organisation im Vergleich zu anderen Organisationen wahrgenommen wird;	— reports from supplier surveys conducted by customer organizations, which can reveal how the organization is perceived in relation to other organizations;	— rapports de sondages de fournisseurs menés par des organismes clients, qui peuvent révéler la manière dont l'organisme est perçu par rapport à d'autres organismes;
— Berichte von Verbraucherorganisationen, die zeigen können, wie die Organisation und ihre Produkte durch Kunden oder Verbraucher wahrgenommen werden;	— reports from consumer groups that might reveal how the organization and its products are perceived by consumers and users;	— rapports d'associations de consommateurs qui peuvent révéler la manière dont l'organisme et ses produits sont perçus par les clients ou les utilisateurs;
— Berichte in den Medien, die zeigen können, wie die Organisation oder ihre Produkte wahrgenommen werden, und die selbst auch die Kundenwahrnehmung beeinflussen können;	— media reports which might reveal how the organization or its products are perceived, and which might themselves also influence customer perceptions;	— rapports parus dans les médias qui peuvent révéler la manière dont l'organisme et ses produits sont perçus, et qui peuvent eux-mêmes influencer la perception du client;
— Sektor-/Branchenuntersuchungen, die beispielsweise eine vergleichende Bewertung von Merkmalen des Produktes der Organisation enthalten;	— sector/industry studies, e.g. involving a comparative assessment of characteristics of the organization's product;	— études sectorielles qui peuvent, par exemple, comprendre une évaluation comparative des caractéristiques du produit de l'organisme;
— Berichte oder Veröffentlichungen von Aufsichtsbehörden;	— regulatory agency reports or publications;	— rapports ou publications d'organismes de régulation;
— Kommentare und Diskussionen in sozialen Medien.	— comments and discussion in social media.	— commentaires et débats sur les réseaux sociaux.

Solche Daten können Einblick in die Stärken und Schwächen des Produktes und die zugehörigen organisatorischen Prozesse bieten (beispielsweise in Produktbetreuung, Reklamationsbearbeitung und Kundenkommunikation). Die Analyse solcher Daten kann helfen, Indikatoren für Kundenzufriedenheit zu bilden. Sie kann weiterhin helfen, Kundenzufriedenheitsdaten zu bestätigen oder zu ergänzen, die direkt vom Kunden gewonnen worden sind.

Such data can provide insight into the strengths and weaknesses of the product and related organization processes (e.g. product support, complaints handling and customer communication). The analysis of such data can help to shape indicators of customer satisfaction. It can also help to confirm or supplement customer satisfaction data gained directly from the customer.

Ces données peuvent donner un aperçu des points forts et des points faibles du produit et des processus associés de l'organisme (tels que l'assistance pour le produit, le traitement des réclamations et la communication avec les clients). L'analyse de ces données peut faciliter la création d'indicateurs de satisfaction du client. Elle peut également confirmer ou compléter les données de satisfaction obtenues directement auprès du client.