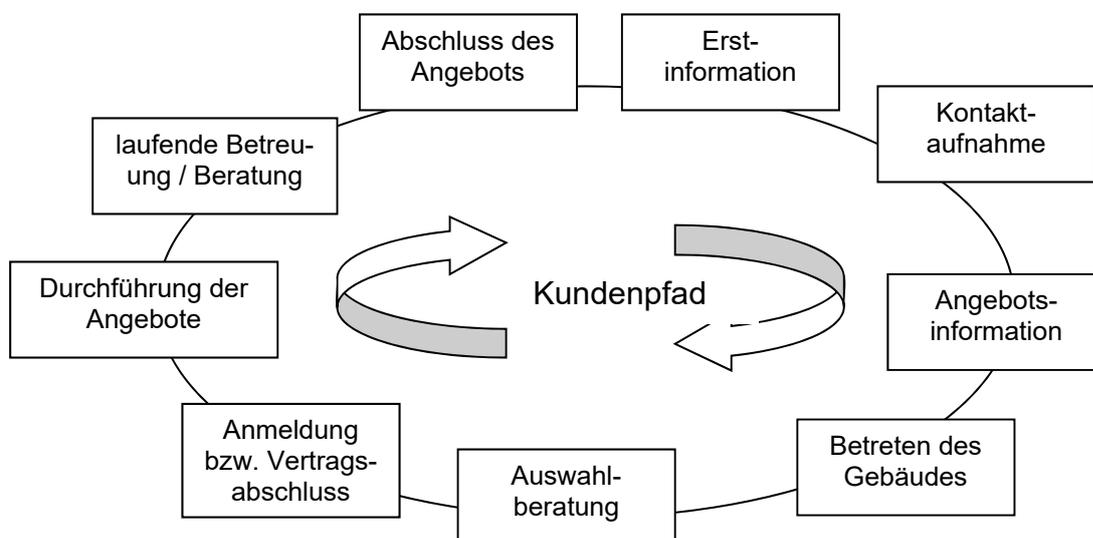


**QB 11 Qualitätswerkzeug:
Kundenpfaddiagramm**

LQK / April 2018

1. Was ist ein Kundenpfaddiagramm?

Kundenpfaddiagramme sind eine Rekonstruktion der Stationen, die eine Kundin oder ein Kunde bzw. ein Kooperationspartner bei der Inanspruchnahme der Organisationsleistung tatsächlich durchläuft oder zumindest durchlaufen könnte – von der Erstinformation bis zur Nachbetreuung. Adressaten des Kundenpfaddiagramms sind in Kindertagesstätten vor allem die Eltern bzw. Erziehungsberechtigten der Kinder.



Der »Angebotsweg« beginnt für die Eltern mit einem *Bedürfnis nach Unterstützung*: der Erziehungs-, Entwicklungs- und Lernprozesse des Kindes, das ins Kitaalter kommt:

- Dadurch werden die Eltern bzw. Erziehungsberechtigten für allgemeine Werbungen, Ankündigungen, Bekanntmachungen von Kindertagesstätten sensibel, z.B. für Plakatierungen und Flyer, Annoncen oder Werbeflächen, Homepages oder soziale Medien, Zeitschriften oder U-Bahnen. Hierdurch erhält der zukünftige Kunde eine *Erstinformation* über den Anbieter.

- Nun werden die am Angebot Interessierten aktiv, und es kommt zur einer ersten Kontaktaufnahme mit der Kindertagesstätte,
- von der sie im Anschluss möglicherweise ein Angebot sowie eine Darstellung der Leistungen und Konditionen zugeschickt bekommt.
- Um das passende Angebot auszuwählen, wählen die Eltern eine persönliche Beratung und betreten das Gebäude der Kindertagesstätte.
- Dort nehmen sie eine Auswahlberatung in Anspruch.
- Anschließend melden die Interessierten ihr Kind bei der Kita an, d.h. die Eltern und ihr Kind werden zu realen Kunden.
- Danach beginnt die Durchführung der Angebote.
- Diese werden von laufender Betreuung und Beratung begleitet.
- Spätestens vor dem Übergang in die Schule wird das Angebot abgeschlossen, d.h. es werden Gespräche geführt zwischen den Eltern und der Kindertagesstätte etc.

Den Weg des Kunden von dem Bedürfnis nach Unterstützung bis zum Abschluss des Angebots so einfach wie möglich zu machen, ist der Sinn der Rekonstruktion des Kundenpfaddiagramms. Auf allen Stationen des Kundenpfads kann die Organisation ihren Kunden Hilfe anbieten, d.h. mit **Kundenkommunikationsverfahren** den »Angebotsweg« unterstützen und vereinfachen.

2. Wie arbeitet man mit dem Kundenpfaddiagramm?

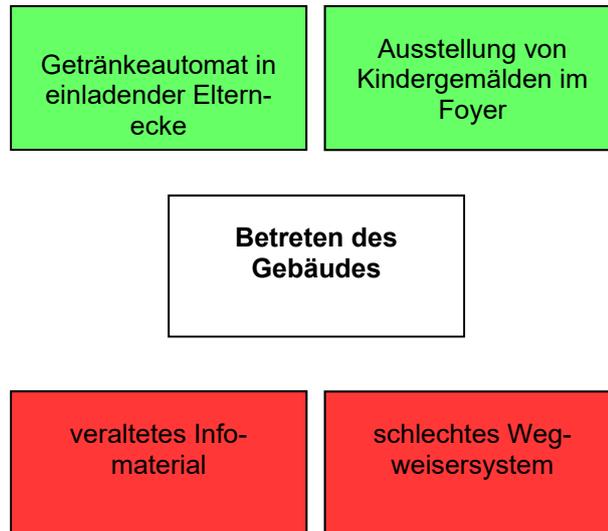
1. Erstellung des Kundenpfaddiagramms

- 1.1. Stellen Sie sich gedanklich auf den Standpunkt eines potenziellen Kunden, der zwar eine grundsätzliche Entscheidung zur Inanspruchnahme der Leistungen einer Kindertagesstätte getroffen, aber noch nie ein Angebot Ihrer Organisation in Anspruch genommen hat.
- 1.2. Rekonstruieren Sie alle Stationen aus der Perspektive dieses Interessenten bzw. Elternteils vom Aufkommen des ersten Bedürfnisses nach Unterstützung bis zum Abschluss des Angebots bzw. bis zum Übergang in die Schule. Gehen Sie durchaus kleinteilig vor, d.h. überlegen Sie jeden einzelnen Schritt, den ein an Ihren Angeboten Interessierter gehen muss. Sie können auch den Weg zum Beratungsort in der Kita ausweisen, weil auch der nicht immer bekannt sein dürfte. Bringen Sie alle Stationen in eine chronologische Reihenfolge.

2. Sammeln und bewerten Ihrer Kundenkommunikationsverfahren

- 2.1. Nun wechseln Sie in Ihre gewohnte Perspektive als Kindertagesstätte und beschreiben für jeden einzelnen Schritt, was Sie als Unterstützung der Kunden an dieser Stelle anbieten.
- 2.2. Bewerten Sie Ihre jeweiligen Kundenkommunikationsverfahren nach a) gut und ausreichend sowie b) weniger gut, verbesserungsbedürftig.

Beispiel: Was erleben die Eltern beim Betreten des Gebäudes?



3. Optimieren der Kundenkommunikationsverfahren

- 3.1. Sammeln Sie für jede Station des Kundenpfades Ideen, durch welche Maßnahmen und Verfahren Sie den Weg der Kunden noch besser unterstützen können.
- 3.2. Entscheiden Sie schließlich, welche Kundenkommunikationsverfahren Sie bei welcher Station in welcher Weise verbessern bzw. welche neuen Verfahren Sie einführen wollen.