

METODA "CIKL"

Porovnání cílů organizace s požadavky a představami klientů a zákazníků

Využití metody: Plánování, rozhodování

Facilitátor: ne

Ideální počet účastníků: 4 - 8 (možno i více)

Základní pomůcky: Flipchart, flipové papíry, lektorský kufřík

Vhodná aplikace: Je-li hotová analýza klientů a zákazníků a jsou-li vytvořené cíle organizace.

Metoda CIKL pochází z metody Quality Function Deployment, což je systematický proces, který pomáhá identifikovat požadavky zákazníka a přenáší je do všech funkcí a aktivit ve společnosti tak, že hlas zákazníka je brán neustále na zřetel. Navíc názorné vizuální velké pomůcky (matice) představují vždy vstup a výstup, což zajišťuje vizuální sledování potřeb zákazníka.

Metoda CIKL si vzala z QFD jen jednu část - porovnání cílů organizace s požadavky a představami klientů a zákazníků.

Krok 1

Skupina si vytvoří analýzu zákazníků a identifikuje jejich potřeby a očekávání - viz Ishikavův diagram.

Krok 2

Skupina vytvoří nebo si vezme již vytvořené cíle organizace - viz analýza SWOT a její využití při tvorbě cílů organizace.

Krok 3

Všechny požadavky, představy a potřeby klientů (nebo alespoň ty nejdůležitější), které vyšly v Ishikawově diagramu, se přepíší do následující tabulky pod "Požadavky klientů".

Všechny strategické cíle, které si organizace naplánovala, se přepíší do následující tabulky pod "Strategické cíle".

[illegible]

Součet sloupců													
Součet sloupců (x váha)													

Pořadí

Krok 4

V tomto kroku porovná skupina souvislost mezi požadavky klientů a cíli organizace. V praxi to znamená, že se zjišťuje, zda o cíle, které si organizace stanovila, mají klienti zájem. Ještě jinými slovy - zda cíl naplňuje očekávání klientů a zákazníků.

Porovnání může probíhat číselně nebo graficky.

Příklad:

- 4 rozhodně souvisí
- 3 spíše souvisí
- 2 spíše nesouvisí
- 1 rozhodně nesouvisí

- ☺ souvisí zcela
- ☺ zčásti souvisí
- Δ nesouvisí

Každý požadavek se porovnává se všemi požadavky klientů.

Poznámka: pokud mají požadavky klientů jinou důležitost, může se do tabulky vložit sloupec s vahou požadavku (například 1 - 3). V tomto případě je ještě nutné vynásobit váhu výslednou souvislostí.

Krok 5

Z vyplněné tabulky je poznat, které cíle jsou zaměřeny na klienty a zákazníky a které cíle naopak své klienty nemají.

Krok 6

Rozhodnutí o případném zrušení nebo změně cílů, u kterých je předpoklad, že budou mít u klientů a zákazníků žádnou nebo mizivou odezvu.