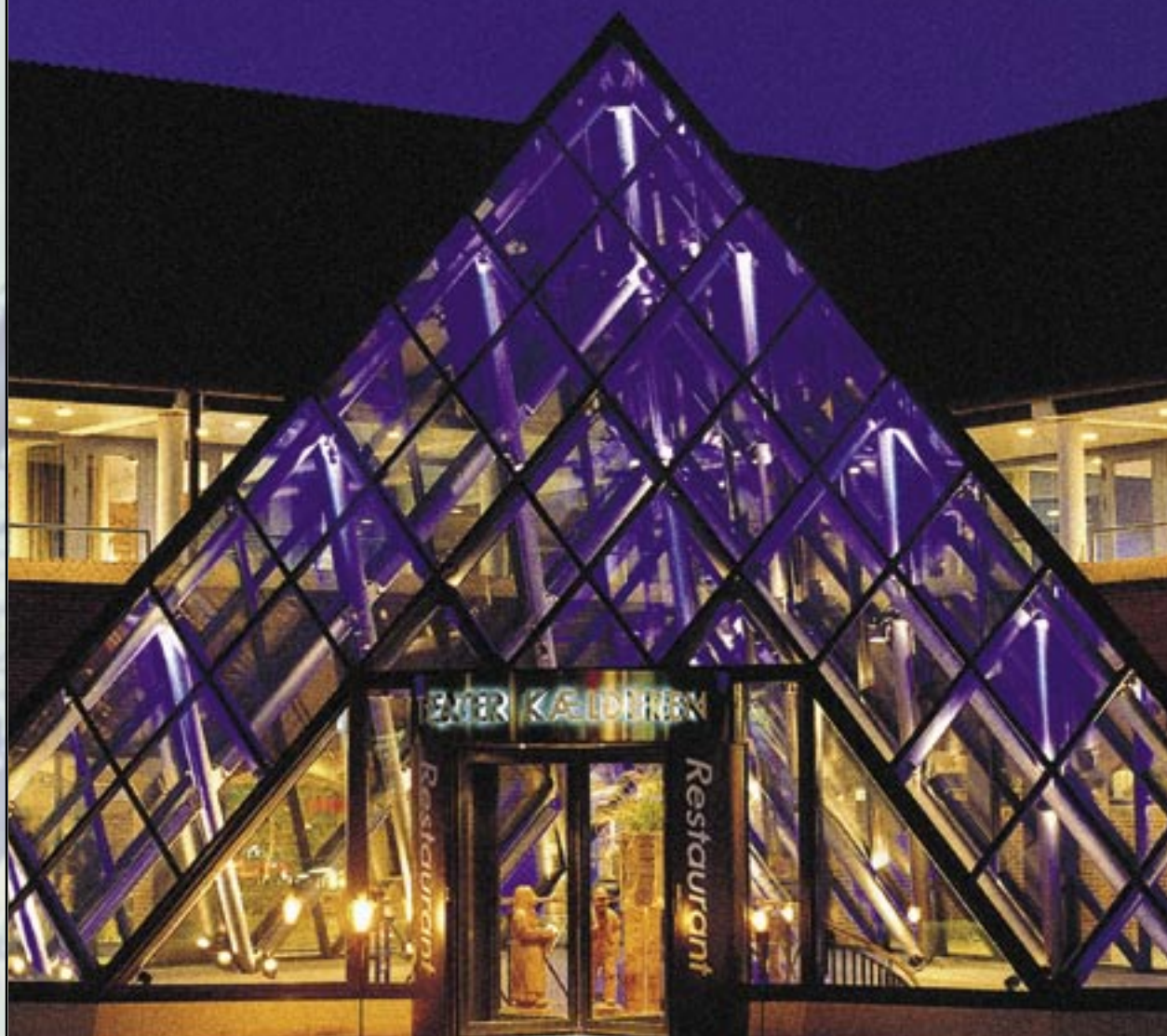




Konference



Kundens kvalitetsforventning – virksomhedens udfordring

Torsdag den 6. oktober 2005

Dansk Forening for Kvalitet
Jersie Solvænge 16
2680 Solrød Strand
Tlf. 70 20 32 13
Fax 70 20 32 23
www.dfk.dk

QUALIWARE



Nordvestjysk
ErhvervsCenter
Erhvervsråd



ERHVERVSCENTRET
Ringkøbing Fjord
Samarbejdet



ViborgEgnens Erhvervsråd

Praktiske oplysninger**Tid:**

Torsdag den 6. oktober
2005, kl. 12.00 – 16.30
- fra kl. 11 er der adgang
til udstillingslokalet

Konferencen finder sted:

Herning kongrescenter
Østergade 37
7400 Herning
Tlf. 97 21 01 11
www.kongrescenter.dk

Konferenceafgift:

Konferenceafgiften inkluderer materiale, mappe, sandwich og forfriskninger

Betaling:

Der fremsendes faktura som bekræftelse på din tilmelding.

Transport:

Se kørevejledning på DFK's hjemmeside

Afstand til:

Banegård: 300 m
Lufthavn:
- Karup: 20 km
- Billund: 60 km

Konferenceansvarlig:

Centerchef Mette Gottlieb
- Bestyrelsesmedlem i DFK i samarbejde med Erhvervskontorerne i Viborg, Herning/lkast Holstebro/Struer Skjern/Lem

- 11.00 – 16.30 Leverandører af værktøjer til kvalitetsstyring udstiller i forbindelse med konferencen**
- 12.00 – 12.25 Registrering og sandwich**
- 12.25 – 12.30 Velkommen:**
Mette Gottlieb, Bestyrelsesmedlem DFK og Centerchef for MTC – Center under erhvervsrådet
- 12.30 – 13.15 Private Label – en voksende udfordring**
Fødevareindustrien har i de seneste år tiltrukket sig stor fokus i medierne, ikke mindst pga. flere "fødevareskandaler" såsom BSE, dioxin og M&K. Disse skandaler har medført ændringer i lovgivningen, f.eks. med hensyn til øgede krav til sporbarhed og mærkning, men har også medført, at fødevarerhvervsomheder og supermarkeds kæder er blevet meget bevidste om at gøre, hvad der er muligt for at beskytte sig imod at blive "hængt ud" i medierne i forbindelse med sådanne skandaler. Denne udvikling finder sted samtidig med, at de største supermarkeds kæder, ikke mindst i UK, går mere og mere over til at sælge flere og flere produkter som Private Label produkter. Som leverandør af en lang række Private Label produkter oplever Arla Foods amba et hurtigt voksende krav om information om produkterne, samt krav i form af supermarkeds kædernes egne "Code of Practice" vedrørende de forhold, under hvilke deres produkter produceres. Den store udfordring ligger i at leve op til disse krav på et marked, hvor priserne samtidig er under stort pres.
Quality Coordinator – Customer Relations Birgit Jørgensen, Arla Foods amba, Viby J, www.arlafoods.com
- 13.15 – 14.00 Produktforbedring / produktudvikling via input fra slutbruger**
VELUX A/S Accessories (tilbehørsområdet) dækker ligesom resten af VELUX A/S worldwide. Anvendelsesområde, brugsmønstret samt krav og forventninger til såvel produkt- som produktionskvalitet varierer fra land til land – region til region. I en verden med hård konkurrence er en afpasset høj kvalitet af meget stor betydning i vores segment. Det betyder, at der til stadighed er behov for at optimere processer i produktionen og kvalitetssystemet for at kunne være på forkant med kundernes krav og dermed gennemførelse af kvalitetsforbedringer. Kundens tilbagemeldinger bruges aktivt gennem hele processen, når eksisterende produkter skal forbedres. Der indhentes worldwide informationer via et servicesystem, som også bruges i det daglige arbejde med produktforbedringer. Servicesystemet sikrer ligeledes, at kunden tilbydes en kvalitetsservice på blandt andet reservedele, installation, reparationer mv.
Leder af kvalitetsafdelingen Peter Bisgaard, VELUX A/S, Skjern, www.velux.com
- 14.00 – 14.30 Kaffe**
- 14.30 – 15.15 Kvalitet i dag er også regelkendskab**
Nye EU-direktiver sætter højere krav til kvalitet for produkter. Flere virksomheder oplever, at deres kvalitetsprodukter bliver vraget, fordi produkterne ikke lever op til de krav, der stilles til blandt andet den medfølgende dokumentation og mærkning. Direktiver stiller stadig større krav til sikkerhed og beskyttelse, og disse krav ender hos producenten. Hvordan sikrer man som virksomhed, at man altid er opdateret med de nyeste krav, der stilles? Her hjælper kundetilfredshedsanalyser ikke, for er man ikke opdateret med de nyeste krav, risikerer man at miste markedsandele. Der findes eksempler fra maskinbranchen, hvor producenter bliver vraget som leverandører, fordi dokumentationen fra den ene dag til den anden ikke er fyldestgørende. En case vil belyse hvorfor mærkning og dokumentation er så vigtigt for maskinbranchen. Kender man ikke kravene, er det temmelig afslørende, da det kan aflæses direkte på ens mærkning. Det gælder om at være på forkant, både hvad angår implementering af produkt- og dokumentationskrav, men også opdatering af de interne procedurer.
Direktør Inge Fjelberg, Popin, Viborg, www.popin.dk

15.15 – 16.00**Kundens fokus – vores fokus!**

Som møbelproducent og ejer af et franchisekoncept handler Club 8 Company med mange forskellige kundegrupper og kulturer - nogle vanskeligere end andre. Traditionelt er kunder i München blandt de mest krævende kunder, men kigges der ud over Europas grænser, er japanske kunder endnu mere forventningsfulde.

Fælles for alle kunder i dag er, at de forventer mere - mere end de fik i går !

Det er derfor nødvendigt med en strategi, som gør produkterne billigere ved at skærer på "ikke væsentlige steder", men hvordan ved Club 8 Company, hvad der er "ikke væsentligt" for kunden? For at komme tættere på kundens forventninger har kvalitetsafdelingen udover den traditionelle fokus på at sikre et acceptabelt kvalitetsniveau på producerede emner i langt højere grad fokus på at følge udviklingen på de lokale markeder.

Kvalitetschef Hans Jørgen Fangel, Club 8 Company A/S, Herning, www.club8.com

16.00 – 16.20**Networking og dialog med panelet**

Inspireret af dagens oplæg vil vi prøve at tænke videre – og debattere:

- Hvad er "on top of the mind" i 2010 – hvilke opgaver prioriteres højest i virksomhederne?
- Hvilke muligheder åbner kvalitetsforventningerne?
- Hvordan bliver dialogen med kunderne?
- Hvordan udfordres virksomhederne af samfundet og forbrugerne?
- Hvad betyder globaliseringen?
- Hvilke kompetencer skal virksomhederne udvikle for at imødekomme kundens kvalitetsforventninger?
- Hvordan skabes effektiv kvalitetsudvikling af processerne i virksomhederne og med samarbejdspartnere?

Ordstyrer: Bestyrelsesmedlem i DFK Vibeke Bagger,

Markedsansvarlig for fødevarer i Det Norske Veritas

16.20 – 16.30**Afrunding**

Mette Gottlieb, Bestyrelsesmedlem DFK og Centerchef for MTC – Center under erhversrådet

Klip **Ja tak, jeg vil gerne deltage i konferencen „Kundens kvalitetsforventning – virksomhedens udfordring“ den 6. oktober 2005**

Navn: _____

Firma: _____

Stilling: _____

E-mail: _____

Adresse: _____

Postnr./By: _____

Navn: _____

Stilling: _____

E-mail: _____

Telefon: _____

E-mail samt øvrige personlige oplysninger benyttes *kun* i DFK regi.Sæt X Medlem af DFK kr. 700 ekskl. moms Medlem af medarrangerende erhvervsråd kr. 700 ekskl. moms Ikke medlem kr. 900 ekskl. moms Send information om DFK

Deltagere, som melder sig ind i DFK ved tilmelding, kan deltage i konferencen til medlemspris.

Send eller fax kuponen til: DFK, Jersie Solvænge 16, 2680 Solrød Strand. Tlf.: 70 20 32 13,Fax: 70 20 32 23 eller tilmeld dig via DFKs hjemmeside: www.dfk.dk **Senest 29. september 2005.**

Kundens kvalitetsforventning

– virksomhedens udfordring

**Konference den 6. oktober kl. 12.00-16.30
i Herning Kongrescenter.**

Vi lever i en verden, hvor kvalitet er en nødvendighed og en forudsætning for at overleve som virksomhed. Kunderne bliver stadig mere og mere kritiske, og deres krav får indflydelse på hele virksomhedens drift lige fra det udadvendte salg til de interne processer. Samtidig øges konkurrencen om kunderne og kun de mest forandringsparate virksomheder overlever med succes og overskud på bundlinien.

Indfrielse af kundens behov og forventninger er en afgørende parameter og en drivkraft for mange virksomheder. Men behov og forventninger er ikke statiske. I disse år oplever vi en stadig stigende forandringshastighed i kundens behov og forventninger. Flere og flere virksomheder arbejder worldwide, hvilket stiller nye krav til information om produkterne samt krav fra nye kundegrupper og kulturer.

Nutidens og fremtidens konkurrencefaktorer bliver pris og udvikling samt kunderelationer og service. Hvordan sikrer virksomhederne, at disse faktorer kommer i fokus, så der skabes grundlag for en positiv udvikling? Det stiller krav til kreativitet og udvikling i virksomhederne.

Det gælder om at være på forkant med udviklingen, både hvad angår implementering af kunde-, produkt- og dokumentationskrav, men også opdatering af de interne procedurer.

På konferencen giver 4 virksomheder deres bud på, hvordan kundens kvalitetsforventning får indflydelse på virksomhedernes processer, herunder hvordan man har valgt at være på forkant og vende kundekrav til positive kvalitetsoptimeringer i virksomheden.