



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ &
ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΠΟΙΟΤΗΤΑ & ΔΙΕΘΝΗ ΠΡΟΤΥΠΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ



Έννοια της ποιότητας

Κατά τη διάρκεια των τελευταίων δεκαετιών η έννοια της **ποιότητας** απέκτησε σταδιακά κεντρική θέση στη συνείδηση επιχειρήσεων και καταναλωτών.

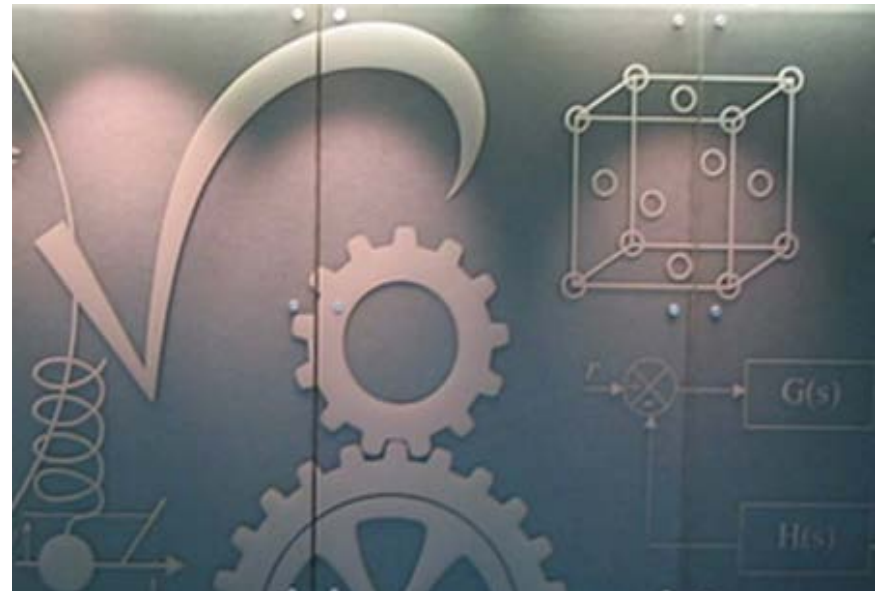
Τι είναι όμως ποιότητα;



Έννοια της ποιότητας

Α: Ορισμός... από τη σκοπιά της παραγωγής:

Ο βαθμός κατά τον οποίο τα χαρακτηριστικά ενός συγκεκριμένου προϊόντος ή υπηρεσίας ικανοποιούν δεδομένες – προκαθορισμένες προδιαγραφές.



Σημασία έχει η συμμόρφωση του προϊόντος ή της υπηρεσίας με τις προδιαγραφές σχεδιασμού τους.

Έννοια της ποιότητας

Β: Ορισμός... από τη σκοπιά του πελάτη:

Ο βαθμός κατά τον οποίο τα χαρακτηριστικά ενός συγκεκριμένου προϊόντος ή υπηρεσίας ικανοποιούν τις προσδοκίες του πελάτη.



Σημασία έχει η καταλληλότητα του προϊόντος ή της υπηρεσίας ως προς την επικείμενη χρήση τους.

Έννοια της ποιότητας

Προσδιορίστε τα κρίσιμα βήματα για την επίτευξη υψηλού επιπέδου ποιότητας σε μια συγκεκριμένη επιχείρηση/προϊόν (συνδυάζοντας τους δύο ορισμούς)

Έννοια της ποιότητας

Κρίσιμα βήματα για την επίτευξη υψηλού επιπέδου ποιότητας

1. Αναγνώριση αναγκών και προσδοκιών δυνητικών πελατών.
2. Μετατροπή αναγκών σε μετρήσιμες τεχνικές απαιτήσεις / προδιαγραφές.
3. Σχεδιασμός προϊόντος/υπηρεσίας με βάση τις προδιαγραφές.
4. Παραγωγή προϊόντος/ παροχή υπηρεσίας με συμμόρφωση στις προδιαγραφές.
5. Διερεύνηση ικανοποίησης πελατών.
6. Συνεχής βελτίωση προϊόντος/υπηρεσίας και διαδικασιών.

Έννοια της ποιότητας



Έννοια της ποιότητας



Το 1985, η Coca-Cola αποφάσισε να αλλάξει τη συνταγή του παραδοσιακού της ποτού, παρουσιάζοντας το "New Coke". Η απόφαση αυτή βασίστηκε σε έρευνες αγοράς που έδειχναν ότι οι καταναλωτές προτιμούσαν μία γεύση πιο γλυκιά.

Ωστόσο, η αντίδραση του κοινού ήταν αρνητική. Πολλοί φίλοι της παραδοσιακής Coca-Cola αντέδρασαν έντονα, ζητώντας την επιστροφή της παλιάς συνταγής.

Έννοια της ποιότητας



Μετά από λίγους μήνες, η εταιρεία ανακοίνωσε την επιστροφή της "Classic Coke", ενώ παράλληλα διατηρούσε και το "New Coke" στην αγορά, το οποίο αποσύρθηκε τελικά οριστικά το 2002.



Ιστορικό πλαίσιο

1900:

Ο F. Taylor θέτει τις βάσεις της οργάνωσης εργασίας και της επιστημονικής διοίκησης.

1920-1930:

Αλματώδης ανάπτυξη μαζικής παραγωγής και βιομηχανικών αυτοματισμών.

Ανάπτυξη/εφαρμογή διαγραμμάτων στατιστικού ποιοτικού ελέγχου διαδικασιών στη βιομηχανία (Shewhart, 1924).

Ιστορικό πλαίσιο

1930-1940:

Δημιουργία προτύπων και χρήση της τυποποίησης προϊόντων στη βιομηχανία (όπως DIN, BSI κλπ).

Ανάπτυξη τεχνικών στατιστικής δειγματοληψίας αποδοχής και οι πρώτες εφαρμογές τους στη βιομηχανία (Dodge & Romig, 1930).

1940-1945:

Ανάπτυξη εξειδικευμένων ποσοτικών τεχνικών για την επίλυση προβλημάτων διοίκησης (Επιχειρησιακή Έρευνα).

Ιστορικό πλαίσιο

1945-1960:

Πρώτες συστηματικές εργασίες των W. Deming και J.M. Juran στην Ιαπωνία.

Ανάπτυξη αρχών Ολικού Ελέγχου Ποιότητας (TQC).

Τυποποίηση συστήματος ελέγχου προμηθειών αμερικανικού στρατού.

Δημοσίευση στρατιωτικών προτύπων διασφάλισης ποιότητας.

Ιστορικό πλαίσιο

1960-1970:

Εφαρμογή της μεθοδολογίας κύκλων ποιότητας για την επίλυση προβλημάτων ποιότητας στην Ιαπωνία.

Ανάπτυξη της μεθόδου μηδενισμού αστοχιών (zero defects) για τις ανάγκες τη NASA.

Παράδειγμα: Κύκλοι ποιότητας της Toyota στην Αγγλία.

Quality Circle-
A way to Quality Improvement



Ιστορικό πλαίσιο

1970-1980:

Ενσωμάτωση αποτελεσμάτων αλματώδους ανάπτυξης συστημάτων πληροφορικής (software & hardware).

Ευρεία διάδοση του θεσμού των βραβείων ποιότητας σε ανεπτυγμένες βιομηχανικές χώρες.

Δημοσίευση εθνικών προτύπων διασφάλισης ποιότητας.

Ιστορικό πλαίσιο

1980-2000:

Δημοσίευση διεθνών προτύπων διασφάλισης ποιότητας (ISO 9000)

Σταδιακή επέκταση των ΠΣΔ σε διαφορετικά πεδία εφαρμογής (πχ. διαχείριση περιβάλλοντος).

2000-σήμερα:

Έκδοση νέας σειράς ISO 9000 με έμφαση στην εφαρμογή αρχών Process Management.

Δημιουργία έννοιας ΠΣΔ και ομογενοποίηση εφαρμογής μεμονωμένων προτύπων.

Μέτρηση της ποιότητας



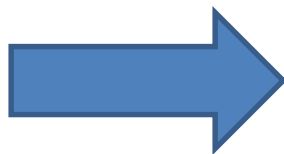
Μέτρηση της ποιότητας



Μέτρηση της ποιότητας

Η ποιότητα μπορεί να **μετρηθεί** από τη διαφορά μεταξύ:

Τι περιμένεις να πάρεις;
(προσδοκίες)



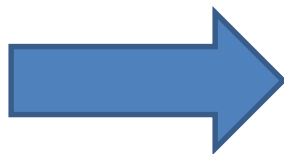
Τι παίρνεις πραγματικά;
(ίδια αντίληψη)



Μέτρηση της ποιότητας

Η ποιότητα μπορεί να **μετρηθεί** από τη διαφορά μεταξύ:

Τι περιμένεις να πάρεις;
(προσδοκίες)



Τι παίρνεις πραγματικά;
(ίδια αντίληψη)



Μέτρηση της ποιότητας

Net Promoter Score (NPS)

Το Net Promoter Score (NPS) είναι ένας δείκτης που χρησιμοποιείται για τη μέτρηση της ικανοποίησης και της αφοσίωσης των πελατών προς μια εταιρία ή ένα προϊόν.

Το NPS βασίζεται σε μια απλή ερώτηση προς τους πελάτες:

"Πόσο πιθανό είναι να προτείνετε την εταιρία/προϊόν/υπηρεσία μας σε έναν φίλο ή συνάδελφο;"

Οι πελάτες απαντούν σε μια κλίμακα από το 0 έως το 10, όπου:

- 0-6 (Detractors - Αποδοκιμαστές): Δυσανεστημένοι πελάτες που μπορεί να βλάψουν την εταιρία μέσω αρνητικής δημοσιότητας.
- 7-8 (Passives - Ουδέτεροι): Ικανοποιημένοι αλλά μη ενθουσιασμένοι πελάτες, ευάλωτοι σε ανταγωνιστικές προσφορές.
- 9-10 (Promoters - Υποστηρικτές): Πιστοί και ενθουσιασμένοι πελάτες που προωθούν την εταιρία μέσω θετικής δημοσιότητας.

Μέτρηση της ποιότητας

Net Promoter Score (NPS)

Τύπος Υπολογισμού:

$$\text{NPS} = \% \text{ Υποστηρικτών} - \% \text{ Αποδοκιμαστών}$$

Το NPS μπορεί να κυμαίνεται από -100 (όλοι αποδοκιμαστές) έως +100 (όλοι υποστηρικτές).

Ερμηνεία του NPS:

- NPS < 0: Περισσότεροι αποδοκιμαστές από υποστηρικτές. Αρνητική εικόνα για την εταιρία.
- NPS μεταξύ 0 και 30: Καλή αλλά βελτιώσιμη επίδοση.
- NPS μεταξύ 30 και 70: Πολύ καλή επίδοση. Υψηλή αφοσίωση πελατών.
- NPS > 70: Εξαιρετική επίδοση. Εξαιρετικά υψηλή πιστότητα πελατών.

Μέτρηση της ποιότητας

Customer Satisfaction Score (CSAT)

Το Customer Satisfaction Score (CSAT) είναι ένας βασικός δείκτης που χρησιμοποιείται για τη μέτρηση της ικανοποίησης των πελατών από ένα προϊόν/υπηρεσία. Αποτελεί ένα από τα πιο άμεσα και απλά εργαλεία για την αξιολόγηση της εμπειρίας του πελάτη και τη συλλογή ανατροφοδότησης.

Το CSAT βασίζεται σε μια ή περισσότερες ερωτήσεις που ζητούν από τους πελάτες να αξιολογήσουν το επίπεδο ικανοποίησής τους, στη μορφή:

"Πόσο ικανοποιημένοι είστε από το [προϊόν/υπηρεσία];"

Οι πελάτες απαντούν χρησιμοποιώντας μια κλίμακα βαθμολόγησης, συνήθως 5βαθμη, όπου:

- 1: Πολύ δυσαρεστημένος
- 2: Δυσαρεστημένος
- 3: Ουδέτερος
- 4: Ικανοποιημένος
- 5: Πολύ ικανοποιημένος

Μέτρηση της ποιότητας

Customer Satisfaction Score (CSAT)

Τύπος Υπολογισμού:

$$\text{CSAT} = \left(\frac{\text{Συνολικός αριθμός "Ικανοποιημένων" και "Πολύ ικανοποιημένων" απαντήσεων}}{\text{Συνολικός αριθμός απαντήσεων}} \right) \times 100\%$$

Ερμηνεία του CSAT:

- <75%: Υπάρχουν περιθώρια βελτίωσης. Απαιτούνται δράσεις για την αύξηση της ικανοποίησης.
- 75%-85%: Καλή επίδοση. Οι περισσότεροι πελάτες είναι ικανοποιημένοι.
- >85%: Πολύ καλή έως εξαιρετική επίδοση. Υψηλή ικανοποίηση πελατών.

Μέτρηση της ποιότητας



Μέτρηση της ποιότητας



Διαστάσεις Ποιότητας:

- 1 – Ευκολία Χρήσης (Usability)
- 2 – Δημιουργικότητα & Εργαλεία Περιεχομένου (Creativity Tools)
- 3 – Απόδοση & Αξιοπιστία (Performance & Reliability)
- 4 – Εμπειρία Χρήστη & Διαδραστικότητα (User Engagement)
- 5 – Καινοτομία & Μορφές Περιεχομένου (Content Formats Innovation)
- 6 – Κοινωνική Επιρροή & Οικοσύστημα (Social Influence & Ecosystem)

Μέτρηση της ποιότητας



1 – Ευκολία Χρήσης (Usability)

Attributes:

- Καθαρή και μινιμαλιστική διεπαφή
- Διαισθητική πλοήγηση στο feed και στα προφίλ
- Απλά βήματα για βασικές ενέργειες

Υπεροχή:

- Φιλικό σε νέους και μεγαλύτερους χρήστες
- Χαμηλό “learning curve” σε σύγκριση με άλλα δίκτυα

Μέτρηση της ποιότητας



2 – Δημιουργικότητα & Εργαλεία Περιεχομένου (Creativity Tools)

Attributes:

- Πλούσια γκάμα φίλτρων και εφέ
- Εργαλεία επεξεργασίας εικόνας και βίντεο
- Δυνατότητα χρήσης stickers, polls, AR lenses

Υπεροχή:

- Οπτικοκεντρική δημιουργικότητα χωρίς ανάγκη εξωτερικών apps
- Κίνητρο για συνεχή παραγωγή περιεχομένου

Μέτρηση της ποιότητας



3 – Απόδοση & Αξιοπιστία (Performance & Reliability)

Attributes:

- Σταθερότητα εφαρμογής και servers
- Ταχύτητα φόρτωσης περιεχομένου
- Ομαλή λειτουργία σε διαφορετικές συσκευές (iOS/Android)

Υπεροχή:

- Υποδομή Meta εξασφαλίζει υψηλή διαθεσιμότητα
- Λίγα σοβαρά τεχνικά προβλήματα σε σχέση με τον όγκο χρηστών

Μέτρηση της ποιότητας



4 – Εμπειρία Χρήστη & Διαδραστικότητα (User Engagement)

Attributes:

- Likes, σχόλια, direct messages
- Δυνατότητα κοινοποίησης και αλληλεπίδρασης με κοινό
- Προσωποποιημένες προτάσεις μέσω Explore & αλγορίθμου AI

Υπεροχή:

- Ισχυρό engagement και αίσθηση κοινότητας
- Ενθαρρύνει καθημερινή χρήση και “scrolling habit”

Μέτρηση της ποιότητας



5 – Καινοτομία & Μορφές Περιεχομένου (Content Formats Innovation)

Attributes:

- Stories (24ωρο περιεχόμενο)
- Reels (σύντομα βίντεο για δημιουργούς)
- Live sessions για άμεση επικοινωνία

Υπεροχή:

- Συνεχής προσαρμογή σε ανταγωνισμό (Snapchat, TikTok)
- Ενσωμάτωση νέων formats χωρίς απώλεια brand ταυτότητας

Μέτρηση της ποιότητας



6 – Κοινωνική Επιρροή & Οικοσύστημα (Social Influence & Ecosystem)

Attributes:

- Influencer marketing & δημιουργία τάσεων
- Ενσωμάτωση e-commerce (Instagram Shop)
- Παγκόσμια πολιτισμική διάχυση (μόδα, τουρισμός, τέχνες)

Υπεροχή:

- Ηγετική πλατφόρμα για brands και δημιουργούς
- Σημαντικό κανάλι για καθημερινή “οπτική αφήγηση”