



СПЕЦИФИКАЦИЯ ТРЕНИНГА:

Аудитория: менеджеры среднего звена.

Продолжительность: 2 дня.

Размер группы: 6-12 человек.

Формат: Чтение, обсуждения в группе, упражнения на взаимосвязь, игра по собственному сценарию.

Проведение: Сертифицированный тренер Advance AG

УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВЕННЫМ СЕРВИСОМ

Managing Extraordinary Service™

Основной груз ответственности за качество сервиса и удовлетворенность клиентов вашей компании ложится на линейных менеджеров. Именно они транслируют стратегии вашей организации тем, кто работает на «передовой» и обеспечивают эффективную обратную связь от ваших клиентов и собственных сотрудников. Тренинг обучает ваших сотрудников техникам создания экстраординарной репутации вашего сервиса.

ЛОЯЛЬНОСТЬ
Определяется оценкой
МОМЕНТОВ ИСТИНЫ

Клиент оценивает каждый момент истины, основываясь на конкретных ожиданиях.

Клиент испытывает каждый момент истины в **Трех Измерениях Сервиса**.

STAR сервис:

- S** Seamless - Быстрый
- T** Trustworthy - Надежный
- A** Attentive - Внимательный
- R** Resourceful - Компетентный



Личностное измерение:
Чувства, эмоции, ощущения, которые испытывает клиент.

Деловое измерение:
Качество товаров и услуг ради которых пришел клиент.

Скрытое измерение:
Влияние и взаимодействие с подразделениями компании.

Управление качественным сервисом - это не просто теория о том, как управлять людьми и системами. Эффективность управления достигается за счет обеспечения обратной связи, позволяющей менеджерам получить информацию о том, как их организацию воспринимают сотрудники и клиенты. Эта обратная связь является фундаментом для улучшения качественного сервиса в вашей организации.

Тренинг «Управление качественным сервисом» позволяет изучить способы организации людей и систем для создания экстраординарной репутации вашего бизнеса.

КЛЮЧЕВАЯ ЗАДАЧА - ФОРМИРОВАНИЕ ЛОЯЛЬНОСТИ КЛИЕНТОВ.

Позитивные моменты истины в каждом контакте формируют культуру сервиса, если профессиональные сотрудники вашей компании создают позитивные моменты истины, используя звездные характеристики во всех трех измерениях сервиса.

Модуль 1: Понимание роли руководителя

Роль менеджеров в организации - это ключ к построению окружения, способствующего усилению лояльности клиентов. Менеджеры изучают, как стиль управления людьми и системами влияет на репутацию организации в глазах клиентов:

- основные потребности каждого клиента;
- управление системами и персоналом для повышения лояльности клиентов;
- влияние перемен на сотрудников и их работу в области сервиса.

Модуль 2: Умение слушать клиента

Первое место в завоевании лояльности клиентов занимает умение слушать клиента. Но необходимо знать, как это сделать. Менеджеры выбирают и используют один из способов получения обратной связи, обращая особое внимание на:

- оценку клиентами уровня сервиса;
- характеристики полезной обратной связи;
- методы сбора необходимой обратной связи.

Модуль 3: Создание стратегий сервиса

Менеджеры исследуют способы воплощения достижений и разработок организации через четкие, действенные стратегии сервиса:

- рассматривают характеристики и цели стратегий сервиса;
- строят эффективную стратегию сервиса, разрабатывают конкретный план общения, укрепляют или пересматривают свои стратегии сервиса.

Модуль 4: Анализ и улучшение опыта клиентов

Участники исследуют слабые и сильные стороны их сервиса:

- исследуют “цикл сервиса”, который имеет место при каждом взаимодействии с клиентами;
- исследуют слабые стороны системы сервиса и развивают стратегии, позволяющие избежать негативного опыта взаимодействия с клиентами или снизить его до минимума;
- сосредоточивают свое внимание на способах “восстановления” репутации компании после неудачи в сервисе;
- учатся использовать творческий подход в ситуации перемен, когда требования клиентов превышают возможности компании.

Модуль 5: Достижение результата через развитие персонала

Менеджеры учатся создавать поддерживающую атмосферу, которая позволила бы их сотрудникам направить свои умения, навыки и действия на удовлетворение потребностей клиентов. Они учатся:

- распознавать сотрудников, ориентированных на клиентов;
- обучать навыкам сервиса и их практическому применению;
- эффективно расширять полномочия сотрудников для построения лояльности клиентов;
- вознаграждать сотрудников, предоставляющих качественный сервис, который “изумляет” клиентов.

ЧЕМУ НАУЧАТСЯ УЧАСТНИКИ?

- смогут осознать свою роль в повышении лояльности клиентов;
- научиться определять эффективные способы получения обратной связи от клиентов;
- научиться разрабатывать стратегию сервиса подразделения;
- смогут устанавливать стандарты для предоставления сервиса, который соответствует стратегии вашей организации;
- смогут выявлять и поддерживать лучший стандарт поведения персонала;
- разовьют стратегии для “восстановления” репутации вашей организации после неудачи, а также узнают, как перевести эти неудачи в возможности повысить уровень доверия клиентов.

”

Для достижения лояльности клиентов необходимо превзойти обычные стандарты деятельности, распространенные в вашей индустрии. Для того, чтобы их превзойти необходимо знать и использовать инструменты управления лояльностью клиентов.

Михаил Рязанцев, ведущий тренер Advance Group