

Masterclass



speerpunten

- scherp beeld van uw serviceperformance
- diepgaand inzicht in alle elementen van ServiceExcellence compliant met CEN/TC 420
- actieplan om te excelleren in ServiceExcellence

begeleid door



Jean-Pierre
Thomassen



Eric de Haan

11 en 12 juni 2014

op locatie van

businesschool™
nederland Buren

Inclusief drie boeken en een servicespell!
Deelnemers aan deze Masterclass ontvangen
De Customer Delight Strategie, Customer Delight in vijf
stappen, De Tao van Service en ServiceGuru.

Steeds meer organisaties realiseren zich dat een tevreden klant niet goed genoeg is. In tijden van toenemende concurrentie en alsmaar stijgende verwachtingen van klanten is standaard service die leidt tot 'gewoon' tevreden klanten onvoldoende om het verschil te maken. Daarom streven organisaties naar persoonlijke betrokkenheid bij klanten en naar enthousiaste klanten (Customer Delight) door het bieden van een excellente service in alle contacten met klanten.

De sleutel om emotionele connecties met klanten te realiseren is het bieden van meer 'personal touch' in de dienstverlening en het overtreffen van de verwachtingen van klanten. Immers, de kans dat een persoonlijk betrokken en enthousiaste klant ook werkelijk klant blijft, is 3-5 maal groter dan een tevreden klanten. Verder blijkt dat 80-90% van de NPS-aanbevelingen uitsluitend van de enthousiaste klanten komen. Het bieden van persoonlijke en 'surprising' service gaat de standaard in Nederland worden.

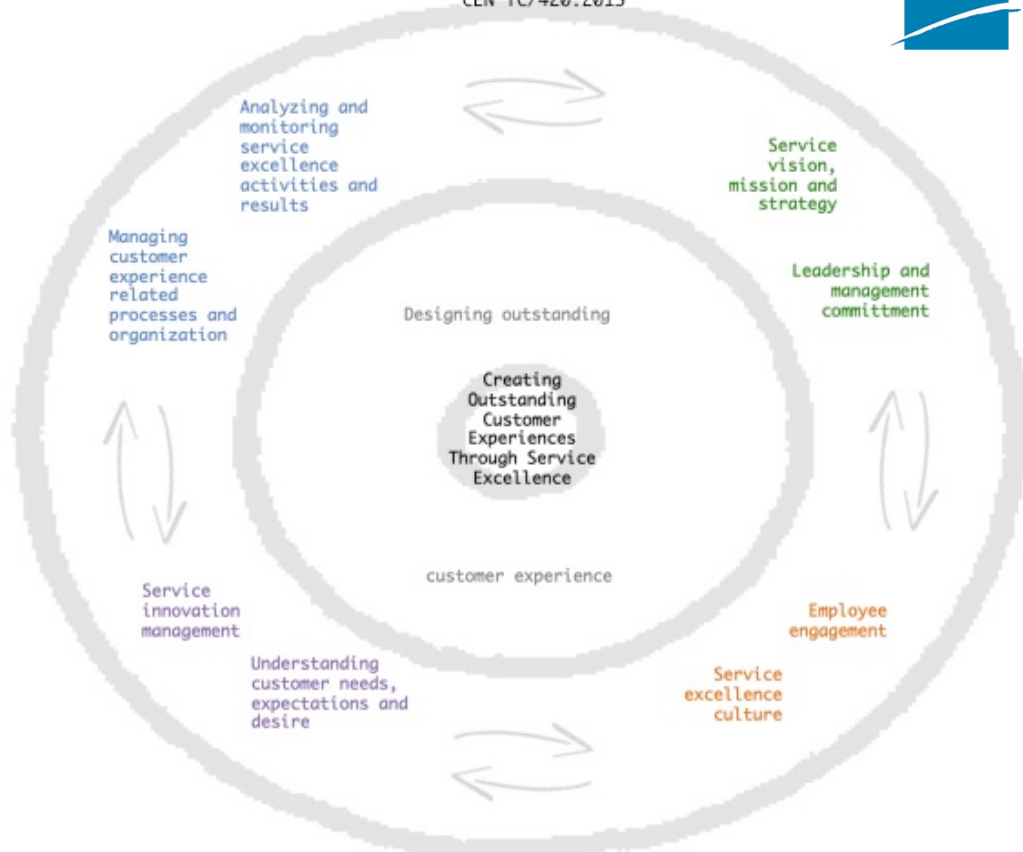
Werken aan ServiceExcellence is veel meer dan net iets beter doen dan dat wat de organisatie al doet. Het betekent vaak op andere zaken gaan sturen, anders denken en werken. Het gaat om het belang en de belevingswereld van de klant in het middelpunt van de organisatie zetten. Deze bijzondere Masterclass geeft u een diepgaand inzicht in wat dit voor uw organisatie betekent.

Geïnspireerd op de in aantocht zijnde Europese norm en model 'Creating Outstanding Customer Experiences by Service Excellence' (CEN TC/420) en met gebruikmaking van praktijkvoorbeelden van meer dan twintig Nederlandse en buitenlandse organisaties komen alle elementen van ServiceExcellence op een praktische wijze aan de orde. Gedurende deze Masterclass ontstaat een haarscherp beeld van de serviceprestaties van uw eigen organisatie. Op basis daarvan ontwikkelt u een plan van aanpak om ServiceExcellence structureel te organiseren.

De Masterclass ServiceExcellence is een tweedaagse interactieve bijeenkomst voor maximaal 20 professionals. Naast presentaties, videopresentaties, individuele en groepsoefeningen is er volop ruimte voor diepgaande uitwisseling van ervaringen.

Service Excellence Model

CEN TC/420:2015



Programma



Dag 1: 9.00 – 18.00 uur

Ochtend: De basis van ServiceExcellence

ServiceExcellence, onvergetelijke klantervaringen en Customer Delight. Overzicht, de ServiceExcellence piramide en twee Customer Delight strategieën.

De kracht van Customer Delight. Effecten op aanbevelingen, Net Promoter Score, effecten op loyaliteit en gedrag van klanten.

Werken aan Service Excellence. De integrale aanpak conform het Europese model TS/420, principes en uitgangspunten. Uitvoeren van een zelfdiagnose.

Diepgaand luisteren naar klanten; de klant beter kennen dan dat hij zichzelf kent. Methoden en best practices.

Middag: Service Leadership & Design

Uw klantvisie ontwikkelen. De gewenste klantbeleving definiëren, service- en tevredenheidsgaranties en de klantvisie formuleren.

ServiceExcellence Leiderschap, wat betekent dit voor de stijl van leidinggeven en het commitment van de top.

Continu sturen op enthousiaste klanten. Hoe enthousiaste klanten een onderdeel te maken van de dagelijkse sturing van management en elke medewerker. Dit door closed loop feedback tevredenheidsonderzoek, continu relatie-onderzoek, resultaten visualiseren en integratie in de besturing. Optimaal gebruik van alle klantsignalen.

Customer journeys, klantreizen die opvallen. Verrassende klantreizen ontwikkelen die eenvoud, gemak maar tevens verrassing en onvergetelijke momenten opleveren. Hoe deze klantreizen in kaart te brengen en in te richten?

Dag 2: 9.00 – 17.00 uur

Ochtend: Service Culture

Medewerkers maken het verschil. Hoe medewerkers te helpen om de klik met klanten te maken? Gewenste houding en gedrag definiëren, beslissruimte geven en alle aspecten van medewerkersontwikkeling inschakelen (van werving en selectie tot en met loopbaangroei).

Hoe een ServiceExcellence cultuur te realiseren.

Customer Intimacy. Wensen en voorkeuren van individuele klanten kennen en hierop inspelen.

Service Recovery Excellence. Klanten met problemen en klachten geweldig helpen om van een potentiële terrorist weer een promotor te maken.

Middag: Excelleren in ServiceExcellence

Externe transparantie. Volledige transparantie over tevredenheid van klanten als USP.

Service Excellence innovatie. Leren, continu verbeteren en innoveren van de dienstverlening. Immers de verwachtingen van klanten staan niet stil.

Klantenparticipatie, hoe klanten een onderdeel van de organisatie te maken.

Plan van aanpak. Werkwijzen en handvatten om ServiceExcellence te ontwikkelen binnen de organisatie.

In de verschillende onderdelen van de Masterclass staan praktijkvoorbeelden en best practices centraal. Zo worden onder andere praktijkvoorbeelden gebruikt van A.A.S, Amazon, Arval, bol.com, Disney, Eneco, Essent, Garcia Jeans, Het Oogziekenhuis Rotterdam, Hilton Hampton Inn Hotels, John Lewis, KLM, Nationale-Nederlanden, NH Hoteles, Nordstrom, onna-onna, ONVZ Zorgverzekeraar, Philips, Ritz Carlton Hotels, Singapore Airlines, Sociale Verzekeringsbank, Triodos Bank, Woonbron, Zane's cycles en Zappos.

De masterclass wordt verzorgd door twee ervaren begeleiders: Jean-Pierre Thomassen en Eric de Haan.



Jean-Pierre Thomassen is directeur van customerdelight.nu en meer dan 20 jaar werkzaam als organisatieadviseur. Hiervoor studeerde hij aan de Hogere Hotelschool te Den Haag en aan de Erasmus Universiteit te Rotterdam (bedrijfseconomie). Sinds 1993 ondersteunt hij organisaties die de fundamentele omslag van interne- en procesgerichtheid naar ServiceExcellence en Customer Delight maken. Dit in de vorm van onderzoek, training en begeleiding van implementatietrajecten. Hij heeft 14 boeken over klantgerelateerde onderwerpen geschreven. In 2012 schreef hij het boek 'De Customer Delight Strategie' en in 2014 'Customer Delight in vijf stappen'. Hij is voorzitter van de Nederlandse werkgroep 'Achieving Customer Delight through Service Excellence' die bijdraagt aan de ontwikkeling van het Europese model TS/420. Hij is verder docent Marketing aan de Business School Nederland.



Eric de Haan is directeur van Seven customer value management, voorzitter van Stichting Gouden Oor en van het Gouden Oor Platform en initator van de Gouden Oor Awards. Het Gouden Oor beweegt organisaties gehoor te geven aan klanten om de relatie met hen te versterken en het lerend vermogen te bevorderen om zo duurzaam succesvoller te zijn. Hij is jurylid van de Nationale Contact Center Awards, de jaarlijkse 'Oscars' voor customer service, auteur van 'De Tao van Service' (2012), van 'Integraal Klachtenmanagement' (2010) en van het spel 'ServiceGuru' (2013). Daarnaast is hij kerndocent van de Masterclass 'Strategisch Klachtenmanagement' (IIR) en van de opleiding 'Customer Service Management' (Beeckestijn).

Datum

11 & 12 juni 2014

Locatie

Business School Nederland
'De Raadskamer' Herenstraat 25
4116 BK Buren (Gld)

Kosten

€ 1.895 excl. BTW; een tweede deelnemer van dezelfde organisatie betaalt € 1.200 excl. BTW. De masterclass zal doorgang vinden vanaf acht deelnemers. Op verzoek is diner en overnachting in Buren tegen gereduceerd tarief mogelijk.

Inclusief

Deelnemersmap met presentaties en werkboek. Koffie en lunches.
De boeken 'De Customer Delight Strategie', 'Customer Delight in vijf stappen' en 'De Tao van Service' en het spel 'ServiceGuru'. Totale waarde € 360.



serviceguru



Meer informatie | Aanmelden

Jean-Pierre Thomassen
06-54245989 | info@customerdelight.nu
Eric de Haan
06-54220850 | mail@seven.nl