



Tweedaagse Masterclass

Service Excellence

Begeleid door Jean-Pierre Thomassen en Eric de Haan

Speerpunten

- diepgaand inzicht in alle elementen van Service Excellence compliant met de norm CEN/TS 420
- scherp beeld van uw serviceperformance aan de hand van een Service Excellence Diagnose
- actieplan om te excelleren in Service Excellence

| | | | | |
|--------------|--------------|---|------------------|------------------|
| woensdag | donderdag | De Baak Seaside in Noordwijk | woensdag | donderdag |
| 8 | 9 | | 4 | 5 |
| juli 2015 | juli 2015 | | november 2015 | november 2015 |



| | | |
|--------------------------------------|---------------------------|--|
| <p>De Customer Delight Strategie</p> | <p>De Tao van Service</p> | <p>Deelnemers aan deze Masterclass ontvangen de boeken: 'De Customer Delight Strategie' en 'De Tao van Service'.</p> |
|--------------------------------------|---------------------------|--|

Steeds meer organisaties realiseren zich dat een tevreden klant niet volstaat. Toenemende concurrentie en alsmaar stijgende klantverwachtingen maken dat standaard service die leidt tot 'gewoon' tevreden klanten onvoldoende is om het verschil te maken. Succesvolle organisaties streven daarom naar persoonlijke betrokkenheid bij klanten en naar enthousiaste klanten (Customer Delight) door het bieden van een excellente service.

De sleutel om emotionele connecties met klanten te realiseren is het bieden van meer 'personal touch' in de dienstverlening en het inspelen op de 'unexpressed needs' 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 van enthousiaste klanten komen. Het bieden van persoonlijke en 'surprising' service gaat de standaard worden.

Werken aan Service Excellence houdt veel meer in dan de dingen net iets beter doen. Het betekent vaak anders denken en werken en op andere zaken gaan sturen. Het belang en de belevingswereld

van de klant komt volledig in het middelpunt van de organisatie te staan. Deze bijzondere Masterclass geeft u een diepgaand inzicht in wat dit voor uw organisatie betekent.

Geïnspireerd op de Europese norm 'Creating Outstanding Customer Experiences by Service Excellence' (CEN TC/420) die in 2015 verschijnt en met gebruikmaking van praktijkvoorbeelden van meer dan twintig Nederlandse en buitenlandse organisaties komen alle elementen van Service Excellence heel praktisch aan de orde. Gedurende deze Masterclass ontstaat een helder beeld van de serviceprestaties van uw eigen organisatie. Op basis daarvan ontwikkelt u een concreet plan van aanpak om Service Excellence duurzaam te organiseren. Deze Masterclass is met name bestemd voor commercieel directeuren, marketing managers, managers customer experience, managers customer service en/of teamleiders klantenservice.

De tweedaagse Masterclass Service Excellence is sterk interactief van opzet en biedt ruimte aan maximaal 20 professionals. Naast presentaties, videos, individuele en groepsoefeningen is er volop ruimte voor diepgaande uitwisseling van ervaringen.

De principes van Service Excellence conform CEN TC/420

- 1 Managing the organization from outside in
- 2 Customer intimacy
- 3 People make the difference
- 4 Balanced attention to customers, employees and partners
- 5 Integrated approach in order to deliver outstanding customer experiences
- 6 Leveraging of technology
- 7 Create value for stakeholders

De Service Excellence Piramide (CEN/TS 420)



Programma

Na een inleidende module over de fundamenteën van Service Excellence worden in zes modules (module 2 tot en met 7) alle elementen van de norm uitgediept. In de achtste en laatste module komen al deze elementen samen in uw eigen Service Excellence plan.

Module 1 Het fundament van Service Excellence

De essentie van uitstekende klantervaringen en de effecten op loyaliteit en gedrag van klanten (NPS), de werking en strategieën van Customer Delight, de Service Value Chain, de Service Excellence piramide, de integrale aanpak en principes van het Europese model TS/420.

Module 2 Customer intelligence

Een diepgaand inzicht in de (on) uitgesproken behoeften, wensen en verwachtingen van klanten; proactief luisteren naar klanten; de klant beter kennen dan dat hij zichzelf kent, begrijpen van delighters, wensen en voorkeuren van individuele klanten kennen en hierop inspelen, klant-participatie en methoden en best practices.

Module 3 Service leadership

Leiderschap en commitment van het management om te excelleren in klantgerichtheid; wat betekent service leadership voor de stijl van leidinggeven en het commitment van de top en hoe ontwikkel je verantwoordelijkheid, autonomie en betekenis rondom Service Excellence?

Het ontwikkelen van een krachtige visie, missie en strategie waarin het bieden van een excellente klantgerichtheid centraal staat.

Module 4 Service excellence culture

Het ontwikkelen van een cultuur gericht op een uitzonderlijke, persoonlijke en verrassende service: hoe werk je aan een Service Excellence cultuur?

Het ontwikkelen van betrokken en extreem klantgerichte medewerkers door de inbedding van klantgerichtheid in alle aspecten van het Human Resources Management; hoe faciliteer en stimuleer je medewerkers om authentiek te zijn en om de klik met klanten te maken?

Module 5 Outstanding customer experiences

Het definiëren van de gewenste klantervaring, service standards en een impliciete of expliciete service- of tevredenheidsgarantie en de vertaling hiervan naar alle bedrijfsaspecten. De ontwikkeling, inrichting en beheersing van organisatie- en ketenbrede customer journeys die de gewenste klantervaring bieden; Customer journeys ontwikkelen die eenvoudig, gemak maar tevens verrassing en onvergetelijke momenten opleveren alsook het inrichten van service recovery excellence.

Module 6 Service feedback

Het meten van en sturen op de input, throughput, output en outcome indicatoren gericht op Service Excellence en op de resultaten in termen van Customer Delight, loyaliteit en financiële resultaten; hoe maak je uitstekende klantervaringen onderdeel van de dagelijkse sturing van het management en van elke medewerker?

Module 7 Service innovation

Het continu verbeteren en vernieuwen van de klantbeleving; hoe leer je om continu gericht te zijn op verbeteren en innoveren van services?

Module 8 Excelleren in Service Excellence

Op basis van een zelfdiagnose gebaseerd op alle elementen van Service Excellence Plan ontwikkelen deelnemers een plan van aanpak met concrete handvatten om Service Excellence te ontwikkelen binnen de eigen organisatie.

In de verschillende modules van de Masterclass staan praktijkvoorbeelden en best practices centraal. Zo worden onder meer 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 Service Excellence 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 initiator 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 opleiding 'Customer Service Management' (Beeckestijn) en van de Masterclass 'Strategisch Klachtenmanagement'.

Meer informatie en aanmelden

Jean-Pierre Thomassen
06-54245989
info@customerdelight.nu

Eric de Haan
06-54220850
mail@seven.nl

 [Mail Jean-Pierre Thomassen](#)

 [Mail Eric de Haan](#)

Informatie

Datum

woensdag 8 en donderdag 9 juli 2015 *of*
woensdag 4 en donderdag 5 november 2015

Locatie

De Baak Seaside, Koningin Astrid Boulevard 23,
2202 BJ Noordwijk

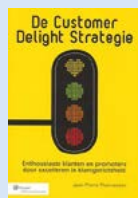


Kosten

€ 1.895 excl. btw; een tweede deelnemer van dezelfde organisatie betaalt € 1.200 excl. btw. De masterclass vindt doorgang vanaf acht deelnemers.

Inclusief

Lunchbuffets, koffie/thee/vers fruit, healthy breaks, deelnemersmap met presentaties en werkboek en de boeken 'De Customer Delight Strategie' en 'De Tao van Service'.



Optioneel

Driegangen diner op de woensdagavond en overnachting aan zee inclusief ontbijt tegen een gereduceerd tarief van € 165 (incl. btw).

