Tweedaagse Masterclass

Service Excellence

BEGELEID DOOR JEAN-PIERRE THOMASSEN EN ERIC DE HAAN

Speerpunten

- diepgaand inzicht in alle bouwstenen van het Europese Service Excellence Model (CEN/TS 16880)
- scherp beeld van uw organisatie aan de hand van een Service excellence diagnose
- actieplan om te bouwen aan een Service Excellence organisatie

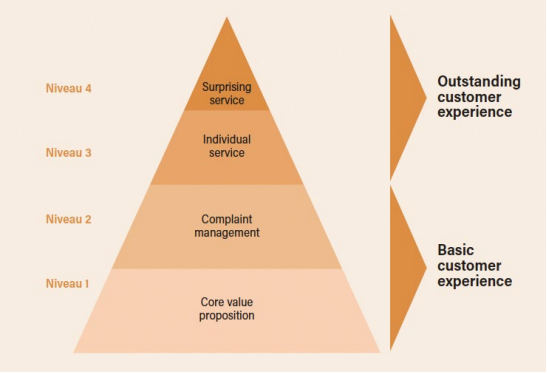
DE BAAK SEASIDE IN NOORDWIJK

INCLUSIEF BOEK

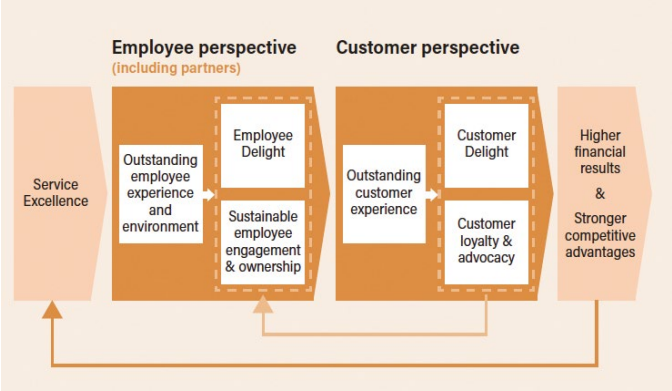
SERVICE EXCELLENCE
Werken aan excellente klantgerichtheid en uitzonderlijke klantbeleving met het Service Excellence Model

Integraal bouwen aan een Service excellence organisatie

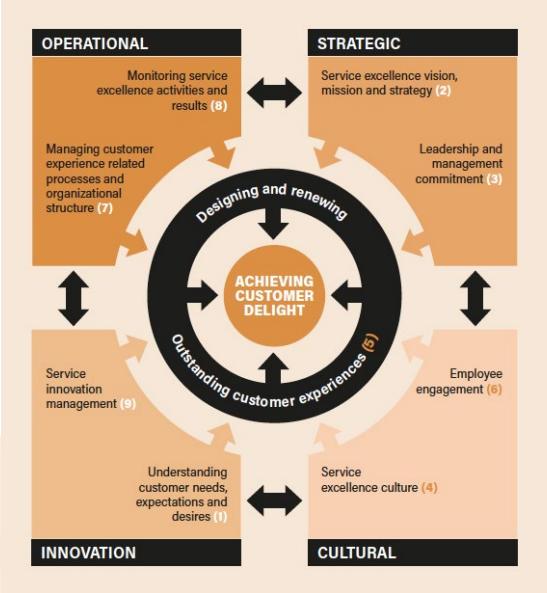
Steeds meer organisaties ontdekken dat ze zich op producten en diensten nauwelijks meer kunnen onderscheiden. Echt blijvend het verschil maken, hangt meer en meer af van het ontwikkelen van een emotionele connectie met klanten. Dit door het bieden van een uitzonderlijke klantbeleving. Succesvolle organisaties streven daarom naar persoonlijke betrokkenheid bij klanten en naar enthousiaste klanten (Customer Delight) door het bieden van een excellente klantgerichtheid. 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. 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 ook 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 CEN-richtlijn 'Creating Outstanding Customer Experiences through Service Excellence' (CEN TS/16680) en met gebruikmaking van veel praktijkvoorbeelden van Nederlandse en buitenlandse organisaties komen alle bouwstenen van Service Excellence diepgaand en op een praktische wijze aan de orde. Gedurende deze Masterclass ontstaat een helder beeld van de prestaties van uw eigen organisatie. Op basis daarvan ontwikkelt u een plan van aanpak om Service Excellence integraal en duurzaam te organiseren.



Programma

Na een inleidende module over de fundamenten van Service Excellence worden in negen modules de negen bouwstenen van het Service Excellence Model uitgediept. In de laatste module komen deze bouwstenen samen in uw eigen Service Excellence plan.

Inleiding. Fundamenteel bouwen aan Service Excellence

Onze samenleving wordt meer en meer een belevingssamenleving en dat heeft grote gevolgen voor organisaties. Klantbeleving zal het hart gaan vormen van organisaties, waarbij het mandaat steeds meer bij medewerkers en de klant komt te liggen. De essentie van uitzonderlijke klantbeleving werkt in de gehele organisatie door, onder meer door inzicht in de effecten van klantbeleving op loyaliteit en gedrag van klanten (NPS), de werking van de Service Excellence Piramide, de Service Excellence Effect Chain en inzicht in de integrale aanpak en principes van het Service Excellence Model.

1. De klant echt begrijpen

Deze module gaat over het werkelijk kennen van klanten: hun behoeften, wensen, verwachtingen, emoties, beleving, ervaring, tevredenheid, Customer Delight en gedrag. Dit vormt de basis en het vertrekpunt van het bouwen van een echte Service excellence organisatie.

2. Ontvouwen van visie, missie en strategie

Deze module integreert de stem van de klant in de visie, missie en strategie van de organisatie en behandelt wat een visie aansprekend maakt, wat een motiverende missie inhoudt en waaruit een strategie bestaat die een organisatie focus geeft.

3. Service excellence leiderschap

Deze module behandelt de stijl van leidinggeven en de manier waarop de directie en leidinggevenden de organisatie maximaal faciliteren en de medewerkers optimaal ondersteunen in de realisatie van uitzonderlijke klantbeleving.

4. Cultuur die boeit en bindt

Deze module zoomt in op de kenmerken van een Service excellence cultuur, hoe je zo'n cultuur meet en onderzoekt en hoe je cultuur kunt beïnvloeden

5. Het ontwerpen van een uitzonderlijke klantbeleving

Vanuit het principe om van buiten naar binnen te werken behandelt deze module het bepalen en periodiek verversen van de ideale en uitzonderlijke klantbeleving. Dit wordt in een ontwerp van de ideale klantbeleving vervat.

6. Klantgerichte en bezielde medewerkers door excellent human resources management

In deze module staat centraal hoe de organisatie het hele HR-instrumentarium, van werving en selectie tot en met uitstroom, inzet om de klantgerichtheid en bezieling van medewerkers te ontwikkelen en ondersteunen.

7. Middelen, technologieën, processen, structuren en partnerships die de klantbeleving versterken

Centraal in deze module staat hoe middelen, technologieën, processen, organisatiestructuur en partnerships met andere organisaties een uitzonderlijke klantbeleving versterken.

8. Sturen op de Service Excellence Effect Chain

Deze module behandelt het gebruik van indicatoren en metingen die horen bij de vier perspectieven van de Service Excellence Effect Chain om activiteiten en resultaten te volgen en deze te integreren in de sturingscyclus van de organisatie.

9. Verbeteren, leren en innoveren

Deze voorlaatste module staat in het teken van het gestructureerd verbeteren, leren en innoveren van zowel de klantbeleving als de interne organisatie.

Plan: Excelleren in Service Excellence

Op basis van de zelfdiagnose en de inhoud van de Masterclass ontwikkelen deelnemers een plan van aanpak met handvatten om Service Excellence concreet verder 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, Alexander Monro Borstkankerziekenhuis, Amazon, Argenta, Arval, bol.com, Disney, Eneco, Essent, Garcia Jeans, Henry Ford West Bloomfield Hospital, Het Oogziekenhuis Rotterdam, Hilton Hampton Inn Hotels, John Lewis, KLM, Nationale-Nederlanden, NHHoteles, Nordstrom, onna-onna, ONVZ Zorgverzekeraar, Philips, Ritz Carlton Hotels, Robeco, Singapore Airlines, Triodos Bank, Zane's cycles en Zappos.

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

Jean-Pierre Thomassen is al meer dan twintig jaar actief in het begeleiden van ambitieuze organisaties en directies voor wie een tevreden klant niet goed genoeg is. Dit in de vorm van managementworkshops, diepgaand klantenonderzoek en begeleidingstrajecten gedurende langere tijd. Hij heeft dertien boeken geschreven over klantgerelateerde onderwerpen. Titels zijn onder meer: Waardering door klanten, Klanttevredenheid, de zin en onzin en De Customer Delight Strategie. Verder doet hij aan de Rijksuniversiteit Groningen en de Erasmus Universiteit Rotterdam promotieonderzoek op het vlak van servicegaranties. Hij verzorgt opleidingen aan de Business School Nederland, Beeckestijn en geeft masterclasses Service Excellence in Nederland en België

Eric de Haan is voorzitter van Stichting Gouden Oor en initiator van de Gouden Oor Awards. Stichting Gouden Oor beweegt organisaties gehoor te geven aan klanten om hun klantgevoeligheid en innovatiekracht te vergroten om zo duurzaam succesvoller te zijn. Hij is eigenaar van Seven, een adviesbureau op het gebied van customer value management, auteur van De Tao van Service en van Integraal Klachtenmanagement en hij ontwikkelde het spel ServiceGuru. Daarnaast verzorgt hij de opleiding Customer Service Management bij Beeckestijn en bij De Baak de opleiding tot Gouden Oor Practitioner en de Masterclass Service Excellence.

INFORMATIE

Data
zie serviceexcellence.nu

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 zes deelnemers. Op verzoek is diner en overnachting aan zee tegen gereduceerd tarief mogelijk.

Inclusief
Werkboek, alle slides, het boek 'Service Excellence', koffie, thee, lunch en snacks.

MEER INFORMATIE EN AANMELDEN

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

Eric de Haan
06-54220850
mail@ericdehaan.nl

Mail Jean-Pierre Thomassen

Mail Eric de Haan