

ZÁKAZNICKÝ SERVIS

CO ZÍSKÁTE

- Naši konzultanti jsou nezávislí - netrpí provozní slepotou, postupují podle best practises
- Snížíme odchodovost Vašich zákazníků a Vaše náklady
- Zvýšíme Váš zisk, loajalitu Vašich zákazníků, Vaši pozici na trhu



AUDIT

- Zjistíme jaké nástroje k měření a vyhodnocování kvality zákaznického servisu používá Vaše společnost.
- Vypracujeme pro Vás srovnávací analýzu s Vaši konkurencí, na základě které budete znát svou pozici na trhu a kroky potřebné k jejímu udržení nebo posílení.
- V případě potřeby Vám doporučíme úpravu nebo konsolidaci nástrojů a metod pro měření a vyhodnocování kvality zákaznického servisu.

KOMPONENTY:

- Benchmarking
- Jednorázový průzkum zákaznické spokojenosti
- Audit měření a vyhodnocování zákaznické spokojenosti
- Audit měření a vyhodnocování kvality interakcí se zákazníky

METODY A POSTUP:

- Mystery shopping/calling
- Dotazníky(e-mail, telefonát, osobní)
- Workshop
- Pozorování přímo na daném pracovišti
- Výsledkem je Závěrečná auditní zpráva včetně doporučení a příležitostí pro změnu

DOPLŇKOVÉ SLUŽBY:

- Optimalizace zákaznického servisu
- Řízení zákaznického servisu
- Prodejní audit



ZÁKAZNICKÝ SERVIS IIII

OPTIMALIZACE

- Vytvoříme pro Vás nástroj, který Vám zajistí jednotný přístup Vašich zaměstnanců k Vaším zákazníkům. Váš zákazník dostane vždy stejně kvalitní servis.
- Nástroj nazýváme „Mapa přístupu k zákazníkům“. Tvoříme ho vždy na základě Vašich individuálních potřeb (výsledek auditu), v souladu s Vaší firemní strategií a kulturou a s požadavky Vašich zákazníků.
- Po vytvoření Mapy přístupu k zákazníkům následují nezbytná školení, workshopy, koučky Vašich zaměstnanců - seznámení s novým nástrojem, jeho smyslem, uvedení do praxe.

KOMPONENTY:

- Definice kvalitativního standardu interakcí se zákazníkem - Mapa přístupu k zákazníkům
- Definice kvalitativních cílů a metodiky jejich měření

METODY A POSTUP:

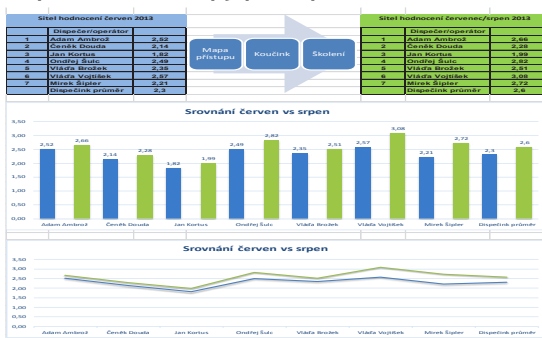
- Workshop se zaměstnanci - tvorba Mapy přístupu k zákazníkům
- Koučink/mentorink; školení - seznámení s Mapou a její používání v praxi
- Pozorování přímo na daném pracovišti
- Konzultace se zaměstnanci po celou dobu implementace Mapy
- - Podpora nového nástroje formou soutěží, průběžných výsledkových tabulek apod.
- - Výsledkem je srovnávací analýza, která porovná původní stav úrovně kvality poskytovaných služeb se stavem po úspěšné implementaci Mapy přístupu k zákazníkům.

DOPLŇKOVÉ SLUŽBY:

- Řízení zákaznického servisu
- Návrh na motivační systém odměňování Vašich zaměstnanců



Implementace mapy přístupu



ZÁKAZNICKÝ SERVIS III

ŘÍZENÍ

- Váš Kvalitativní standard (Mapu přístupu k zákazníkům) budeme stále udržovat aktuální.
- Potřebu aktualizace řídíte VY (v případě úpravy firemní strategie), Váš zákazník (nové požadavky na přístup) a situace na trhu (reakce na konkurenci).
- Průběžně za Vás budeme monitorovat situaci na trhu a získávat zpětnou vazbu od Vašich zákazníků.
- Na základě námi nebo Vámi vytvořeného Kvalitativního standardu a metod pro jeho měření, Vám zajistíme pravidelný reporting kvality interakcí se zákazníky.
- Report obsahuje celkový i individuální rating a zpětnou vazbu na každou interakci formou slovního komentáře.
- Budete mít neustálý přehled o vývoji kvality poskytovaných služeb a můžete tak pružně reagovat na potřeby a očekávání Vašich zákazníků.
- Díky pravidelnému měření a vyhodnocování můžete kvalitu použít jako součást motivační složky mzdy.

KOMPONENTY:

- Údržba kvalitativního standardu interakcí se zákazníkem
- Pravidelné měření a vyhodnocování kvality interakcí se zákazníky
- Pravidelné měření a vyhodnocování zákaznické spokojenosti

METODY A POSTUP:

- Mystery shopping/calling
- Průzkum zákaznické spokojenosti formou dotazníků (e-mail, telefonát, osobní)
- Koučink/mentorink; školení
- Konzultace se zaměstnanci
- Podpora nově zavedených změn formou soutěží, průběžných výsledkových tabulek apod.
- Náslechy/ pozorování interakcí přímo na pracovišti
- Nahrávání interakcí a jejich následné vyhodnocení

DOPLŇKOVÉ SLUŽBY:

- Audit zákaznického servisu
- Optimalizace zákaznického servisu



- Tato služba je vhodná pro klienty, kteří dosud koncepčně neřeší spokojenost svých zákazníků a chtějí jednorázově zjistit, jakou zpětnou vazbu jim jejich zákazníci poskytnou.

METODY A POSTUP:

- Písemné dotazování
- Telefonické dotazování
- Osobní dotazování

CO ZÍSKÁTE:

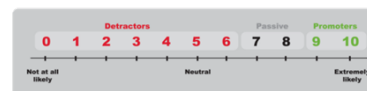
- Získáte cenné informace o spokojenosti svých zákazníků a můžete s nimi dále pracovat
- Vaši zákazníci budou vědět, že Vám není jejich spokojenost lhostejná, což může zvýšit jejich loajalitu.

PŘÍPADOVÁ STUDIE:

- Tento průzkum jsme prováděli u 50 zákazníků klienta (záabavní podnik) formou osobního dotazování přímo v podniku. Díky průzkumu klient zjistil, jaké změny by jeho zákazníci uvítali a jak jsou spokojeni se službami.



Doporučil byste kasino svým přátelům a známým?

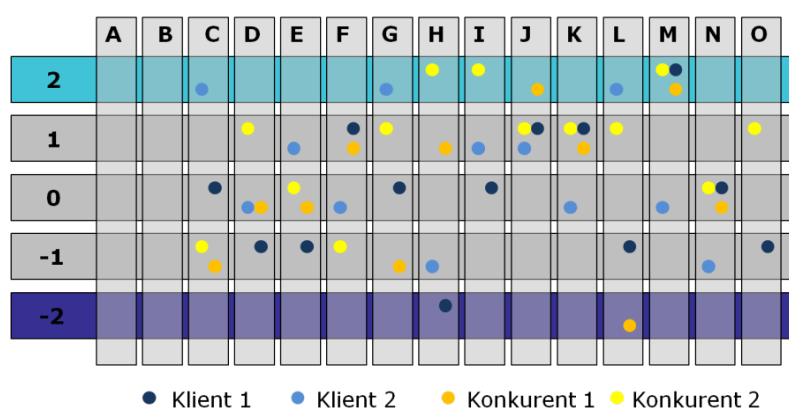


$$\text{NPS} = \% \text{ of PROMOTERS (9s and 10s)} - \% \text{ of DETRACTORS (0 through 6)}$$

K1	= -100	K2	= -100
K3	= -33	K4	= +67

n = 50

- Smyslem benchmarkingu je zjištění pozice vlastní společnosti na trhu a její zlepšení na základě srovnání s konkurencí, s důrazem na využití vlastních předností a potlačení vlastních nedostatků.
- Dodáváme jako samostatnou službu nebo může být součástí auditu



METODY A POSTUP:

- Mystery shopping/calling
- Anketa

CO ZÍSKÁTE:

- Hodnotná informace o Vaší aktuální pozici na trhu a o krocích, které je potřeba podniknout pro její udržení nebo posílení
- Získáte nástroj, který Vám pomůže při tvorbě Vaší obchodní strategie

PŘÍPADOVÁ STUDIE:

- Srovnání kvality poskytovaných služeb u klienta (zábavní podnik) a jeho tří hlavních konkurentů. S cílem navrhnout plán opatření pro získání prvenství v oboru v rámci daného regionu. Výsledkem je podrobná zpráva včetně konkrétních návrhů na zlepšení.