



Сервис менеджмент

Программа "Сервис менеджмент" в системе программ

Основная программа: 4 дня

Программа, рекомендуемая для
развития навыков:

Система программ по менеджменту

Изменения в области сервиса потребовали нового уровня управления и нового подхода к маркетингу услуг. Одной из особенностей нового подхода является понимание того, что существуют отличия между менеджментом в производственной сфере и сервис менеджментом. Это определяется базовыми различиями между товаром и услугой.

Управление сервисом требует иного подхода к управлению операционной деятельностью и к маркетингу. Сервис менеджмент – это интегрированное взаимодействие всех подразделений организации, которое позволяет создать высокое качество сервиса в восприятии клиента и основывается на постоянном развитии и совершенствовании как продукта, так и процессов.

Менеджмент услуг становится приоритетной функцией в большинстве сервисных компаний, особенно тех областей бизнеса, которые характеризуются жесткой конкуренцией, быстрой имитацией продукта и образованными клиентами.

В таких условиях управление качеством сервиса и качеством деятельности может стать стратегией дифферен-

циации, усиливающей взаимоотношения с клиентами и способствующей получению стабильной прибыли.

Эффект от обучения

Участники:

- смогут понять особенности сервисного процесса, характерного для их бизнеса;
- научатся разрабатывать стратегию позиционирования компании на рынке;
- научатся определять особенности своей компании в предоставлении сервисных услуг и в соответствии с этим выстраивать маркетинговые, операционные системы и управление персоналом;
- научатся понимать процесс принятия решения клиентом для создания лояльного клиента;
- научатся проводить аудит существующей системы менеджмента, определять продуктивность и степень удовлетворенности сотрудников;
- смогут осознать взаимосвязь между удовлетворенностью сотрудников и лояльностью клиентов.



Содержание и цели программы

Модуль 1. Мир сервиса

Аспекты сервиса:

- определение сервиса;
- различия между продуктом и услугой;
- сервис менеджмент;
- 8 компонентов сервис менеджмента;
- 4 функциональные области деятельности.

Процесс сервиса:

- сервис как процесс;
- классификация сервисных процессов;
- 4 категории сервиса;
- 4 категории предоставления услуги.

Сервис как система:

- классификация контактов с клиентами;
- 3 элемента системы сервиса.

Модуль 2: Знание клиента

Понимание клиентов:

- потребности;
- ожидания;
- оценка качественного сервиса.

Поведение клиентов:

- поведение потребителей;
- профиль клиента.

Лояльность клиента:

- определение лояльности;
- ключевые клиенты;
- формирование и сохранение лояльности клиентов.

Обратная связь:

- методы сбора обратной связи;
- жалобы и претензии;
- выражение признательности клиентам

Модуль 3. Управление сервисом

Операционный менеджмент:

- качество деятельности;
- измерение стандартов деятельности;
- процесс взаимоотношений с клиентом.

Менеджмент персонала:

- набор персонала;
- обучение персонала;
- коучинг;
- мотивация.

Модуль 4. Сервис маркетинг

Маркетинговые системы:

- позиционирование по сравнению с конкурентами;
- разработка сервисного продукта;
- разработка системы предоставления услуг;
- баланс спроса и предложения.

Маркетинговые исследования:

- формы проведения маркетинговых исследований;
- методы проведения исследований.

Процесс взаимоотношений с клиентами:

- процесс формирования и развития взаимоотношений с клиентами.

Коммуникация и продвижение:

- коммуникация с клиентами: процесс образования и продвижения.

Модуль 5. Культура и стратегия сервиса

Культура сервиса:

- значение формирования культуры сервиса;
- процесс формирования культуры.

Стратегия сервиса:

- разработка стратегии сервиса;
- внедрение системы сервиса.

Спецификация

Аудитория: менеджеры среднего звена

Продолжительность: 4 дня.

Размер группы: 6-12 человек.



advancegroup

Москва, ул.

Зоологическая, 30/2

Тел 605 86 64

605 88 40

advance@advance.aog.ru

www.advance-group.ru