

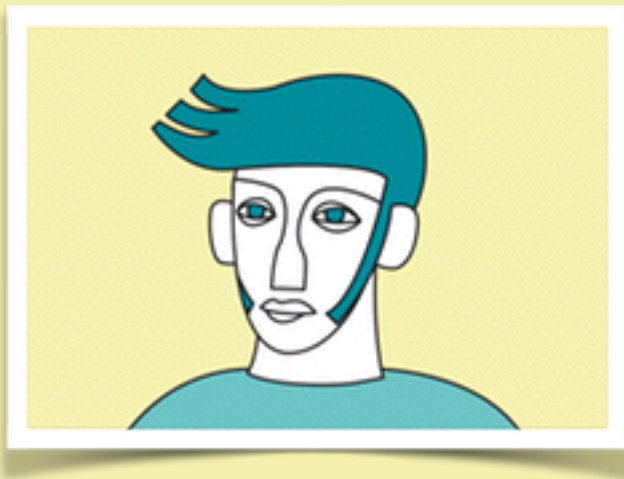
keep-it-simple.ru

**Аутсорсинг
клиентоориентированности**

*описание и предложение
услуги*

- Чтобы дело двигалось, его должен кто-то двигать. Компания станет клиентоориентированной, когда появится сотрудник, единственной задачей которого будет забота об интересах клиента.

В некоторых компаниях таким человеком является владелец или генеральный директор. Это не идеально. У владельца и генерального директора полно других забот.



В компании должен быть директор по клиентингу (директор по гостеприимству, директор по клиентскому счастью и т.п.). Он должен заботиться о соблюдении интересов клиентов и должен быть занозой, которая вынуждает компанию меняться. Директор по клиентингу - должность расстрельная. Больше года обычный человек не выдержит. «Сгорит» или перестанет отстаивать интересы клиента. Поэтому, правильнее нанять профессионалов. Правильнее одеть эту часть работы на аутсорсинг.

Аутсорсинг работ по повышению уровня сервиса и клиентоориентированности компании. Узнайте подробности.

– Константин Харский

Суть



- После заключения договора на аутсорсинг услуг по повышению уровня клиентоориентированности, Заказчик получает:
 - Модерирование рабочей группы и проекта «Повышение уровня сервиса»
 - Описание точек контакта
 - Разработка рекомендаций по повышению уровня сервиса
 - Проведение обучения в рамках проекта «Повышение уровня сервиса»
 - Независимую экспертную оценку уровня клиентоориентированности
 - Привлечение консультантов ассоциации КЛИК на льготных условиях
 - Директора по клиентингу



Рабочая группа

- **Лучший способ от слов перейти к действиям - это создать рабочую группу, которая займется:**
 - Оценкой текущего уровня сервиса
 - Описанием точек контакта
 - Определением действий, которые необходимо предпринять сейчас
 - Определение ответственных, согласование бюджетов, контроль исполнения
 - Оценка результатов и новый цикл: оценка, поиск узкого места, разработка и реализация плана преодоления недостатков, подведение итогов и снова, и снова, и снова.
- **Цикличность усилий рабочей группы обеспечивает системную работу с предсказуемым результатом**



Технология

- **Основой нашей работы является авторская технология Константина Харского «Четыре шага и один прыжок». Чтобы стать клиентоориентированной, компания должна пройти следующий шаг, компания должна:**
 - Понять, что такое клиентоориентированность в её конкретном случае
 - Воспитать клиентоориентированное мировоззрение у всех сотрудников
 - Обучить сотрудников
 - Научиться вознаграждать клиентоориентированное поведение сотрудников
- **А потом надо совершить прыжок**
 - Ввести должность директора по клиентингу



Точки контакта

- Мы умеем работать с точками контакта правильно. Все описывают точки контакта через призму клиентских ожиданий, которые связаны с каждой точкой контакта. А мы умеем описывать точки контакта не только через ожидания клиента, но и через требования, которые компания предъявляет своим клиентам.
- Если вы никогда не думали о требованиях, которые компания предъявляет клиентам, вы будете поражены количеством, абсурдностью, нетерпимостью этих требований.
- Закажите «Предварительное исследование», чтобы узнать какие требования злят, огорчают, бесят ваших клиентов

Директор по клиентингу



- В западной бизнес-практике этого специалиста называют ССО или Chief Customer Officer
- В Российской бизнес-практике утвердились названия «Директор по клиентингу», «Директор по гостеприимству» и другие.
- Что делает этот сотрудник и чего не могут делать другие по совместительству:
 - Он заботится о соблюдении интересов клиента. Кто-то заботится о персонале. Кто-то заботится об объеме продаж. ССО - заботится об интересах клиентов.
 - ССО вынуждает компанию вести себя правильно, когда компания накосячила.
 - ССО принимает от клиентов жалобы и пожелания, аккумулирует их и выдает рекомендации по изменению бизнес-процессов.

УСЛОВИЯ



Константин Харский

- Давайте условия обсудим при встрече
 - +7 921 935 4818
 - +7 903 283 0510
 - kv.harsky@gmail.com
 - keep-it-simple.ru
 - harsky.ru
 - Skype: k.harsky
 - Подкасты: