



## Ace! Management Partners

Training • Coaching • Consulting • Interim Management



Den Haag • Amsterdam • Den Bosch • Rotterdam  
Zwolle • Utrecht • Arnhem • Amersfoort • Breda  
Eindhoven • Maastricht • Brussel • Antwerpen

Ace! E-book



**Inhoudsopgave**

INHOUDSOPGAVE .....	1
DE 3 KERNKWALITEITEN VAN SERVICE-GERICHTE ONDERNEMINGEN .....	3
1. EEN GOED GEFORMULEERDE SERVICESTRATEGIE .....	3
2. DE MENSEN IN DE FRONTLINIE ZIJN EXTREEM KLANTGERICHT .....	3
3. DE SYSTEMEN IN HET BEDRIJF ZIJN "KLANTVRIENDELIJK" .....	3
FORMULEER EEN DUIDELIJKE SERVICESTRATEGIE (BUSINESS MISSION).....	3
DE WENSEN EN BEHOEFTE VAN UW KLANTEN .....	3
TRAINING .....	3
DE COMMUNICATIEKLOOF .....	4
TIPS VOOR DE DIRECTIE.....	4
DISCLAIMER.....	5

## De 3 kernkwaliteiten van service-gerichte ondernemingen

Bedrijven die bekend staan om hun uitstekende service hebben drie eigenschappen met elkaar gemeen. Met deze eigenschappen onderscheiden deze bedrijven zich van middelmatige ondernemingen. Om welke kenmerken gaat het?

### 1. Een goed geformuleerde servicestrategie

De excellente bedrijven hebben een uniforme strategie geformuleerd. Het serviceconcept is erop gericht de medewerkers van de hele organisatie slechts in één richting te laten denken: de prioriteiten van de klanten en niet hun prioriteiten. Het gaat zelfs zover dat het serviceconcept een soort van religie voor de organisatie is. De kern van de serviceboodschap wordt bovendien luidt en duidelijk richting de klant gecommuniceerd.

### 2. De mensen in de frontlinie zijn extreem klantgericht

Het management van zulke organisaties moedigt de medewerkers aan de klant excellente service te verlenen. Het management doet hieraan zelf actief mee en bewijst niet slechts lippen dienst aan het service-ideaal. De goede servicemedewerker doet zijn uiterste best de situatie van de klant te begrijpen en houdt rekening met de behoeften en gevoelens van de klanten. De servicemedewerker reageert vlot, is attent en altijd bereid iets extra's voor de klant te doen.

### 3. De systemen in het bedrijf zijn "klantvriendelijk"

De bedrijfssystemen zijn opgezet voor het gemak van de cliënt en niet in de eerste plaats voor het gemak van de organisatie. De systemen, de gewoonten van het bedrijf, de gebruikte methoden en de communicatie zeggen als het ware telkens tegen de klant: "Dit concept is bedacht om u van dienst te zijn."

Sceptici zullen zeggen dat dit een luchtkasteel is. Inderdaad de drie bovengenoemde kenmerken zijn natuurlijk een ideaalbeeld. Een ideaalbeeld dat helaas in weinig ondernemingen wordt nagestreefd, laat staan gehaald. Het is natuurlijk ook altijd nog de vraag of steeds meer en extra service verlenen wel zo effectief is. Als uw klanten al zeer tevreden zijn, heeft het weinig zin, zo blijkt uit onderzoek, om nog meer te investeren in extra service.

Helaas is het ook zo dat veel organisaties worden gekenmerkt door het spiegelbeeld van deze ideale situatie. In dergelijke gevallen heeft het wel degelijk zin te investeren in betere service. Wat kunt u doen om de service van uw organisatie te verbeteren? Hieronder volgen enkele tips:

#### Formuleer een duidelijke servicestrategie (business mission)

Communiceer heel duidelijk naar de klant wat u te bieden heeft en wat de klant mag en kan verwachten. Wees daarin heel erg duidelijk. Het woord "service" is een vaag begrip. Iedereen denkt er anders over. Definieer concreet uw servicebelofte.

#### De wensen en behoeften van uw klanten

Vraag uw klanten naar hun wensen en behoeften en let vooral op de details. Ontwikkel een goed leveringssysteem, met bijbehorende apparaten en hulpmiddelen om een optimale service te kunnen bieden.

#### Training

Train uw medewerkers en communiceer regelmatig over de servicestrategie, wensen van de klanten en eventuele klachten. Ontwikkel duidelijke meetpunten om na te gaan of de service goed is. Streef perfectie na en probeer fouten te voorkomen; de klant is gevoelig voor minieme details en heeft de tijd om die rustig op te sporen. Wees creatief in het verbeteren en aanvullen van uw dienstverlening, probeer uw concurrenten steeds iets voor te zijn.

### De communicatiekloof

In grote bedrijven is de afstand tussen de klant en het bestuur van de onderneming erg groot. Het lijkt soms wel of ze bewoners van verschillende planeten zijn. De bedrijfsleiding laat zich informeren door het management. Op zich is dat de normaalste zaak van de wereld. Toch zit er vaak nogal wat ruis op de lijn. Bovendien moeten wij niet vergeten dat iedereen zijn eigen belangen heeft. Managers die de leiding hebben over een afdeling die slecht functioneert, zullen niet graag de vuile was buitenhangen. Het is daarom van cruciaal belang dat de ondernemingsleiding regelmatig zelf bekijkt wat er op de "werkvloer" gebeurt.

### Tips voor de directie

Directeuren kunnen bijvoorbeeld zelf aan mysterieshopping doen. De kans is groot dat ze niet worden herkend door de medewerkers! Bovendien doet de directie er goed aan elke week kopieën van klachtenbrieven te lezen. Op deze manier krijgt de topleiding directe informatie van de klanten. Let wel: het gaat hier om het algemene beeld en niet om incidenten. De klacht wordt uiteraard wel afgehandeld door de daartoe bevoegde personen. Het is natuurlijk ook een aantrekkelijk idee als de directie jaarlijks een week of zo, het gewone handwerk uitvoert. Dan krijgt men meteen inzicht in de problemen van de "gewone" medewerkers!

## Disclaimer

Tenzij anders vermeld berust het copyright van de artikelen en de e-books bij de uitgever Ace! Management Partners. Niets van deze informatie mag worden vermenigvuldigd, opgeslagen in een geautomatiseerd bestand of openbaar gemaakt, op welke wijze en in welke vorm dan ook zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever en de auteurs.

De gebruiker mag de informatie op het scherm bekijken en afdrucken voor persoonlijk gebruik. Hoewel de inhoud met de grootste zorgvuldigheid is samengesteld, zijn de auteur en de uitgever niet aansprakelijk voor fouten en of schade die uit het gebruik of de (gedeeltelijke) toepassing van de informatie, direct of indirect, het gevolg zou kunnen zijn. De artikelen, crash courses en managementmodellen zijn niet bedoeld als een advies. Ace! Management Partners kan immers niet beoordelen of toepassing van de informatie in uw organisatie en in uw specifieke situatie, verstandig is.

De informatie kan op elk moment zonder voorafgaande aankondiging gewijzigd worden.