FIŞĂ DE PRODUS

Stiluri de servire a clienților

Customer Service Styles™

CSS

creion/hârtie

electronic

diagnoză complexă

feedback detaliat

ORIENTAREA CĂTRE CLIENȚI

Angajaţii foarte bine instruiţi şi susţinuţi de organizaţii ce au culturi constructive reuşesc să livreze clienţilor experienţe memorabile

Succesul organizaţiilor vine din capacitatea de a oferi experienţe memorabile clienţilor. Acest tip de experienţe este dat de o îmbinare unică de competenţe şi comportamente, susţinute de sistemele şi structurile folosite la nivel organizaţional.

Multe organizaţii reuşesc să aducă îmbunătăţiri în servirea clienţilor, dar acestea sunt adesea limitate pentru că pun accentul pe training, sisteme şi structuri, fără să identifice (sau să adreseze) tiparele obişnuite de comportamente în servirea clienţilor. Acestea sunt de fapt cele care influenţează percepţia clienţilor despre calitate şi influenţează satisfacţia, loialitatea şi recomandările directe.

CSS măsoară impactul stilurilor de servire în experienţa de cumpărare şi le influenţează clienţilor intenţiile viitoare de cumpărare.

CSS este un instrument flexibil şi agil care motivează o organizaţie şi pe liderii ei să îşi îmbunătăţească relaţia cu clienţii. Acest tip de raport, complementar diagnozei cu OCI® (Studiul de cultură organizaţională), a fost dezvoltat cu date care provin de la organizaţii din industrii variate, atât de la clienţi interni şi externi.

BAZA DE CERCETARE CSS

Norma CSS cuprinde date din Australia, Noua Zeelandă, Statele Unite ale Americii şi organizaţii din Europa.

Organizaţiile româneşti sunt reprezentate semnificativ în această bază de normare, fiind primul instrument din portofoliul Human Synergistics International care include atât în baza de cercetare şi cât în cea de normare organizaţii din România.

Norma cuprinde 1199 de clienţi care descriu impactul relaţiei client-furnizor pentru 87 de organizaţii. Ea este reprezentativă pentru o diversitate mare de industrii, inclusiv clienţi interni şi relaţii „business-to-business".

PROCESUL

CSS măsoară felul în care organizaţiile îşi tratează clienţii în mod obişnuit. Chestionarul are 48 de afirmaţii care descriu comportamente sau atitudini care ar putea fi afişate de reprezentanţii de vânzări sau de alte persoane care au contact direct cu clienţii.

Cele 12 stiluri de servire a clienţilor sunt reprezentate într-un model conceptual numit Circumplex© similar celorlalte diagnoze Human Synergistics (OCI, GSI, LSI):

De exemplu, orientarea spre Rezultate în servirea clienţilor arată o abordare axată pe găsirea de soluţii de calitate, o atitudine bună şi consecvenţă în relaţia cu clienţii.

De regulă vânzătorii îşi fac treaba bine şi stabilesc o relaţie bună cu clienţii, dar pentru a genera impact şi a avea o relaţie de durată cu aceştia, vânzătorii au nevoie să fie instruiţi pentru a înţelege şi a anticipa nevoile clienţilor. Astfel pot îndeplini atât aşteptările clienţilor cât şi pe cele ale organizaţiei lor.

Pe lângă impactul relaţiei de servire a clienţilor, CSS mai măsoară 3 dimensiuni fundamentale ale unei relaţii de vânzare:

- **Satisfacţia clienţilor** (inclusiv dacă întâmpină aşteptările acestora)
- **Loialitatea clienţilor** (inclusiv dacă aceştia mai intenţionează să folosească şi în viitor produsele sau serviciile organizaţiei)
- **Recomandările directe** (inclusiv dacă aceştia ar recomanda organizaţia către alţi posibili clienţi sau cumpărători)

Odată ce toate răspunsurile clienţilor sunt adunate, feedback-ul este centralizat într-un raport care conţine profilul relaţiei client-furnizor, grafice pentru a reprezenta calitatea serviciilor în percepţia clienţilor, tabele cu rezultate detaliate, interpretări, profile comparative şi recomandări.

human synergistics® INTERNATIONAL

FIŞĂ DE PRODUS

Stiluri de servire a clienţilor - CSS

REZULTATE

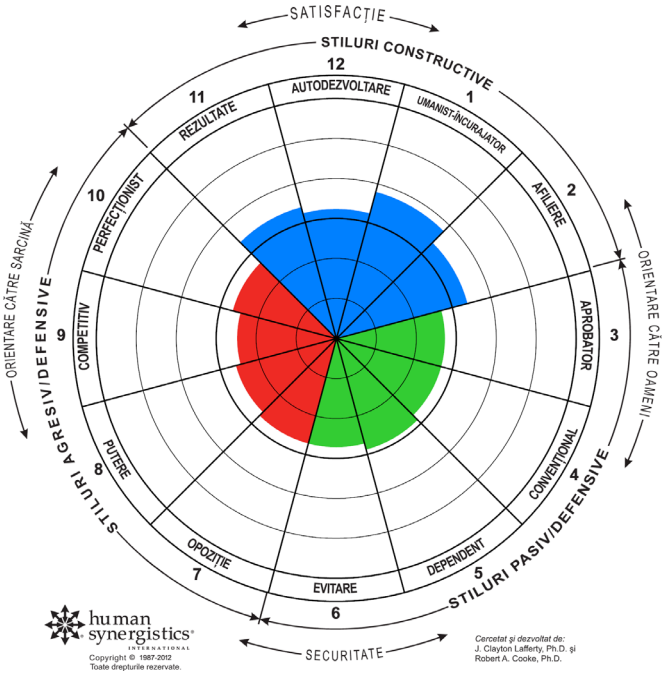
CSS oferă organizaţiilor şi celor care le conduc informaţii cu impact puternic despre experienţa clienţilor lor. Facilitarea interpretării datelor din raport de un consultant acreditat Human Synergistics, înţelegerea şi conştientizarea lor şi stabilirea unui plan de acţiuni vor aduce îmbunătăţiri vizibile şi stabile în relaţia cu clienţii. Recomandăm retestarea cu acest instrument la un interval de 12-24 de luni pentru a evalua impactul iniţiativelor de schimbare şi îmbunătăţirile în relaţia cu clienţii.

În mod ideal, CSS ar trebui folosit împreună cu rezultatele din diagnoza de climat şi cultură de organizaţie OCI-OEI. OCI este util mai ales pentru înţelegerea normelor comportamentale şi a aşteptărilor care definesc cultura organizaţiei şi determină stilurile de servire a clienţilor, iar OEI arată care sunt pârghiile prin care pot fi realizate schimbări culturale într-o organizaţie.

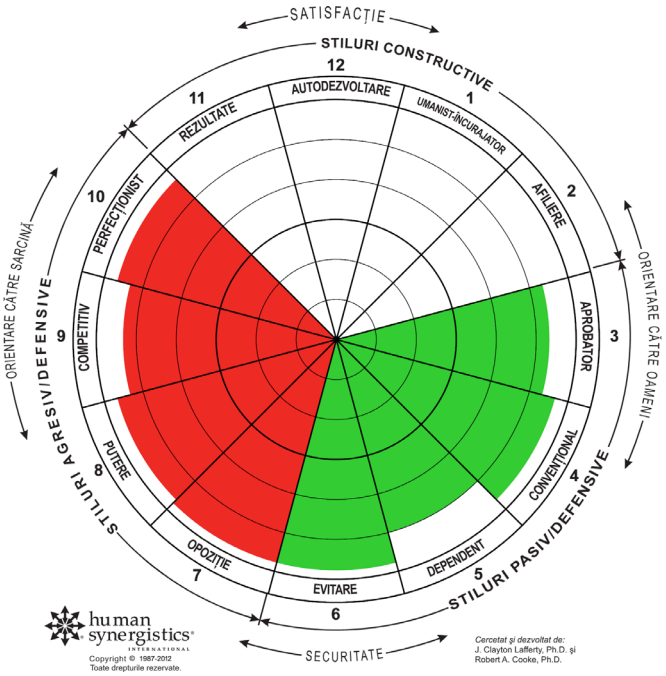
APLICAŢII

CSS este potrivit pentru o diversitate mare de situaţii în care există relaţie cu clienţii, CSS este un instrument care măsoară relaţia percepută de clienţi spre deosebire de alte instrumente tradiţionale care se uită la elemente de proces din relaţia cu clienţii, mai ales în retail (număr de vizite la client, număr de apeluri preluate, etc.). CSS mai poate fi folosit şi în relaţii de tipul:

- „Business to business", de exemplu, relaţia dintre francizor şi francizat
- Call-center
- Clienţi interni, de exemplu, percepţia managementului despre departamentul de resurse umane



Organizaţie cu stiluri de servire constructive. Clienţii spun că vor mai colabora şi în viitor cu această organizaţie.



Organizaţie cu stiluri de servire defensive. Clienţii spun că este foarte puţin probabil să mai colaboreze cu această organizaţie în viitor

human synergistics® INTERNATIONAL

Bucureşti, 43 Lascăr Catargiu
021 316 87 43
info@humansynergistics.ro
http://facebook.com/hsromania
http://humansynergistics.com/ro

Changing the World—One Organization at a Time®