

Корпоративный семинар-тренинг “Создание сервиса с гарантированным качеством”

Практика применения современных управленческих подходов и инструментов в сервисе крайне ограничена. В традиционно сервисных отраслях (услуги населению, общественное питание, индустрия гостеприимства) менеджеры руководствуются в основном личным опытом и здравым смыслом. В промышленности потребительский сервис – один из главных критериев дифференцирования – воспринимается как сугубо вспомогательная функция, находится на периферии внимания менеджеров и финансируется по остаточному признаку. Розничная торговля вообще не осознает себя как сервисную отрасль. Качественная литература по предмету и учебные курсы в России практически отсутствуют. Данный семинар является первой в России попыткой компенсировать существующий разрыв.

Целевая аудитория

Руководители и специалисты, решающие задачи создания и вывода новых услуг на рынок; определяющие стратегию компании в области сервиса; все, кто осознал необходимость в профессиональном управлении основными или вспомогательными услугами своей компании.

Участники семинара получают:

- Практические навыки работы с управленческим инструментарием, достаточные для немедленного применения в своих компаниях
- Знакомство с передовыми теоретическими знаниями в области управления сервисом и качеством услуг
- Знакомство с возможностями прикладных методов создания новых услуг с гарантированным качеством, за счет которых японские предприятия побеждают в конкурентной борьбе

Автор семинара: Сергей Хромов-Борисов



Управляющий партнер компании SenseCraft. Официальный представитель британской исследовательской компании Intellectual Capital Services (ICS Ltd.) в Российской Федерации.

Опытный практик, более 10 лет работавший на руководящих позициях в российских и международных сервисных компаниях (телекоммуникации, информационные технологии, оптовая и розничная торговля). Один из создателей бренда “МегаФон”, создатель сервиса “Универсальная карта оплаты МегаФона”. Выпускник Stockholm School of Economics (Executive MBA с отличием). Главный редактор журнала “Стратегический менеджмент”. Научный редактор русского издания бестселлера “Managing Customer Relationships” Д.Пепперса и М.Роджерс, ряда других книг по менеджменту. Приглашенный преподаватель в Стокгольмской Школе Экономики и в Русской Школе Управления.

Сферы компетенции: стратегия, маркетинг, сервис-менеджмент, управление интеллектуальным капиталом.

ПРОГРАММА

1-й день. Голос Потребителя	
10:00 - 10:15	Встреча, знакомство и обзор программы
10:15 - 12:00	<p><u>Ситуация на рынке, проблемы и их причины</u></p> <p>Почему до 90% новых продуктов терпят крах в течение первых 1,5 лет после запуска. Потребитель – Маркетинг – Продукт: игра в испорченный телефон. Двойственная природа качества. Основные проблемы современного маркетинга. Инвестиции в качество. Рычаг Качества. Услышать голос потребителя (почему в японских компаниях нет отдела маркетинга). Японские секреты гарантированного качества (основы метода QFD/DFSS, его преимущества и результаты внедрения). Ошибки внедрения (почему у американцев ничего не получилось сразу).</p>
12:00 -12:20	Кофе-брейк
12:20 – 13:50	<p><u>Голос Потребителя</u></p> <p>Голос Потребителя – методы исследования. Качественные методы: свежий взгляд на привычные вещи. Три этапа исследования.</p>
13:50 – 14:40	Обед
14:40 – 16:10	<p><u>Практикум № 1. Структурирование атрибутов качества</u></p> <p>Подготовка исследования. Сбор атрибутов качества. Расшифровка и формализация.</p>
16:10 – 16:30	Перерыв
16:30 - 18:30	<u>Практикум № 1 (продолжение)</u>
18:30 – 19:00	<p><u>Подведение итогов дня</u></p> <p>Ответы на вопросы.</p>
Результат дня	Вы знаете, как вскрыть истинные потребности, на которых строится конкурентное преимущество

2-й день. Создание сервиса с гарантированным качеством	
10:00 - 10:30	Обзор первого дня.
10:30 - 11:30	<u>Практикум № 1 (продолжение)</u> Построение Иерархии потребностей. Подведение итогов Практикума.
11:30 - 12:00	<u>Голос Потребителя (продолжение)</u> Модель Кано. Количественные методы: управлять можно только тем, что можно измерить! Взвешивание по шкале ценности.
12:00 -12:20	Кофе-брейк
12:20 - 13:50	<u>Практикум № 2. Количественная оценка атрибутов качества</u> Выбор уровня Иерархии потребностей. Оценка. Подведение итогов Практикума.
13:50 – 14:40	Обед
14:40 – 16:10	<u>«Дом Качества» (House of Quality)</u> Методология транслирования потребностей потребителя в стандарты качества. Основные разделы «Дома качества». Определение технических характеристик сервиса.
16:10 – 16:30	Перерыв
16:30 – 17:30	<u>Практикум № 3. Чиним «испорченный телефон»</u> Определение технических характеристик.
17:30 – 18:00	<u>Подведение итогов дня</u> Обзор пройденного. Ответы на вопросы.
Результат дня	Вы знаете, как измерить атрибуты качества и транслировать их в характеристики и стандарты сервиса

3-й день. Создание сервиса с гарантированным качеством	
10:00 - 10:30	Обзор первых двух дней.
10:30 – 12:00	<u>Практикум № 3. (продолжение)</u> Заполнение реляционной матрицы. Расчет приоритетов технических характеристик. Подведение итогов Практикума.
12:00 -12:20	Кофе-брейк
12:20 - 13:20	<u>Практикум № 4. Бенчмаркинг</u> Бенчмаркинг потребительского качества. Анализ данных бенчмаркинга.
13:20 - 13:50	<u>Специфика сервиса</u> Теория сервиса. Проблема качества сервиса.
13:50 – 14:40	Обед
14:40 - 16:10	<u>Специфика сервиса (продолжение)</u> Сервисные бизнес-процессы и способы их описания. Карта сервиса. Настройка Карты сервиса. Подведение итогов Практикума.
16:10 – 16:30	Перерыв
16:30 - 17:30	<u>Кастомизация</u> Кастомизация, потребительское качество и сегментация Кастомизация и экономические факторы Кастомизация и сервис. Сервис как кастомизация.
17:30 – 18:00	<u>Дополнительные возможности инструментария</u> Модель Quality Gaps QFD как стратегический инструмент
18:00 – 18:30	<u>Подведение итогов семинара</u> Краткий обзор пройденного Ответы на вопросы
Результат дня	Вы знаете, как создать сервис с наивысшим качеством и с наименьшими затратами