

10 принципов хорошего управления проектами в компаниях сферы услуг

Вита Кравчук,
управляющий партнер компании Business.People

Киев, 1 октября 2011

Business. People.



Знакомство ☺



Почему мы? Услуги — наше все:)

Компания SMM Group

специализируется на продвижении компаний, организаций и проектов в социальных медиа.

Организатор SMM Camp #1, SMM Club, SMM School.



<http://www.smmgroup.net/>

Business People специализируется на организации деловых мероприятий, в т.ч. BizCamp #1, BridgeCamp, Business People Party и др., а также профессиональном нетворкинге.

Business. People.

<http://businessua.ning.com>



О чем будем говорить?

Услуги — в центре внимания люди.
Эмоции и отношения — основа:)



Услуги: сложность управления

2 аспекта:

- высокая степень **индивидуализации выполняемых работ**
+ управление в условиях, когда мало что может быть
надежно пущено по рельсам рутинных процедур.



- тесное **личное взаимодействие** с клиентом.

Основа: **качество и сервис** - управление ими должно
строиться особым образом, поэтому от высшего
персонала требуются особые навыки.



Главное в услугах - люди

«Наши активы – это наши люди».

То, что фирма продает своим клиентам, это не услуга фирмы, а **услуга отдельных личностей** (или команд таких личностей).

Бонус?

Конкуренция на 2-х рынках:

«выходной» рынок для ее услуг и
«входной» рынок для людей



10 принципов управления услугами

- «маркетинговая» компания
- задачи, цели, стратегия:
чего хочет клиент?
- кто клиент? В поисках новых рынков
- качественный подбор персонала
- управление талантами
- обратная связь с персоналом
- обучение персонала + клиента:)
- накопление и передача знаний + опыта
- обратная связь с клиентами
- получайте удовольствие



1. «Маркетинговая» компания

- Как определить? Спросите сотрудников, чем они занимаются на работе
- Осознание сотрудниками важности их работы
- Каждый сотрудник — главный:) Сервис и качество — прежде всего
- Совместное планирование маркетинга
- Корпоративный дух и корпоративная культура
- Клиенты выбирают не компанию, а людей
- Задача — влюбить клиента в себя



Бонус: **сбор идей и «недовольств» клиентов**

2. Задачи, цели, стратегия: чего хочет клиент?

- в услугах главное **не продажи, а понимание**
- адекватная оценка возможностей
- взаимная ответственность клиента и компании



3. Кто клиент?

В поисках новых рынков

Нам нужно искать новые возможности и рынки для своих услуг,
возможно мы не тем и не то делаем

какие услуги предоставляем и кому

- какие люди нам для этого нужны

-

4. Качественный подбор персонала

Нам нужны энергичные, мотивированные и целеустремленные сотрудники

Запрещенные выражения: мне не сказали, я не знал, мне не передали, я не дозвонился:)

Главное для будущих сотрудников: **желание и понимание** — знания не обязательны, ведь нужны не знания, а практический опыт и правильная организация передачи опыта в середине компании.

Задача компании: сделать так, чтобы люди захотели работать именно в Вашей компании и начав работать **смогли получить признание и достичь успеха.**

5. Управление талантами

Все люди — таланты!

Ваша задача **найти эти таланты у Ваших сотрудников** и открыть возможность для реализации

Каждый должен делать то, что ему **больше всего нравится**, а не то чему он себя лучше всего научил:)

Какие «жизненные» цели у Ваших сотрудников — найти и удовлетворить

Успеха достигают компании, в которых сотрудники готовы работать бесплатно и круглосуточно, ведь это их любимое дело.

Предоставление качественных услуг «из под палки»
не возможно:)

6. Обратная связь с персоналом

- организация сбора идей сотрудников по:

новым услугам/ продуктам

организации работы

обучению

продвижению

- организация сбора «ожиданий» и «недовольств» клиентов:

на какие вопросы клиента отвечаем **нет**

чем именно не доволен клиент?



7. Обучение персонала + клиента:)

Будьте на шаг впереди — обучайте клиентов Вашей услуге с помощью Ваших сотрудников.

Пока сотрудники будут учить клиентов они поймут что **важно и нужно клиенту**.

8. Накопление и передача знаний и опыта

Не делайте одно и тоже несколько раз:)

9. Обратная связь с клиентами

- может ли клиент позвонить лично директору/ владельцу
- как Вы получаете рекомендации и где они размещаются?
 - как Вы получаете новые идеи от клиентов?
 - как Вы получаете жалобы?

10. Получайте удовольствие:)

Предоставляйте услуги с удовольствием!

10. Получайте удовольствие:)

Предоставляйте услуги с удовольствием!