

Service Benefit Management



**Управление качеством сервиса,
дающее выгоду!**

SBM – это инструмент управления качеством обслуживания

ЭТАЛОН
СЕРВИСА

—

ФАКТИЧЕСКИЙ
УРОВЕНЬ СЕРВИСА

МНЕНИЕ КЛИЕНТА



Задача SBM - измерить разницу между существующим уровнем обслуживания и эталоном (нормативным или планируемым уровнем), понять причины происходящего, учитывая точку зрения покупателя/клиента компании



- 1) Во что вкладывать средства? (в бизнес-процессы, существующие стандарты, мотивацию, обучение персонала и т.п.)
- 2) Сколько, каких вложений необходимо для достижения планируемого уровня качества?



Целевая заточка. Разработка легенд.

Продажа «сложных» услуг

Продажа приоритетных (маржинальных) услуг

Продажа приоритетных товаров

Эффективная реализация маркетинговых предложений компании

Возможность «настроить» замер под задачу компании

Требования к оценщикам

Соответствие целевой аудитории

Наблюдательность

Адекватность

Умение излагать полученную информацию, описать событие.

Наши оценщики – не специально подготовленные лица, а реальные или потенциальные клиенты компании

Замеры качества обслуживания

- Соответствие заданному времени (замеры по времени, согласованному с клиентом)
- Своевременность предоставления анкет (анкета по замеру поступает к Заказчику в течение двух рабочих дней)
- Соответствие предоставленной информации реальному событию (система «двойного контроля» - региональный координатор/координатор проекта)

Предоставляемые данные имеют высокий уровень объективности, как за счет формата самой анкеты, так и за счет системы проверки полученных данных.

Итоговые данные

Возможность расчета следующих коэффициентов:

Специалист:

- Общий балл специалиста
- Соблюдение стандартов
- Профессионализм
- Клиенториентированность

Точка замера
(банк, салон, магазин)

- Субъективная оценка
- Посещение в целом



Анализ

- Соответствие заданным параметрам
- Соответствие нормативным параметрам
- Сравнение взаимовлияющих показателей



Корректировка

- Планирование и реализация практических действий по конкретным ситуациям
- Корректировка критериев эффективности по качеству
- Актуализация существующих норм и стандартов





- **Повышение управляемости**

за счет регулярного контроля
уровня

подготовки специалистов по
работе

с абонентами, соблюдения этапов

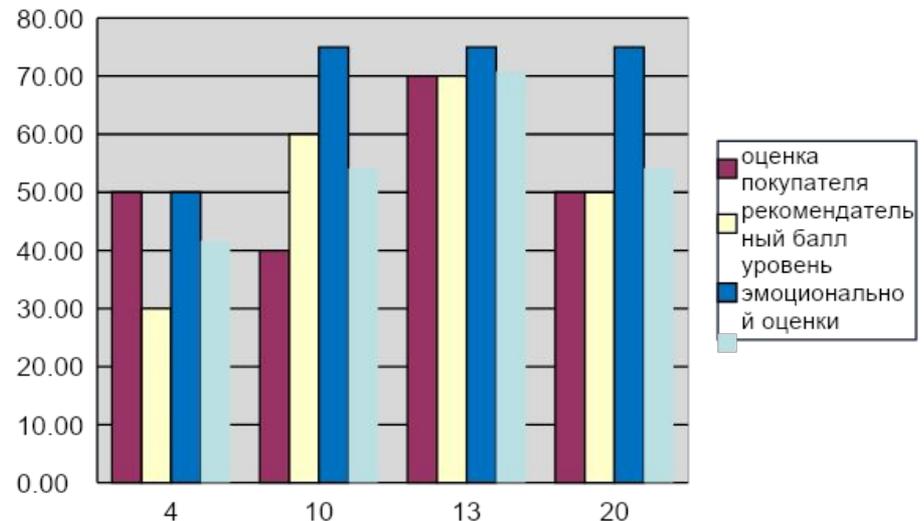
продажи и качества
сопровождения

- **Получение объемной многофакторной картины деятельности покупателей/клиентов Компании.**

специалистов с точки зрения выполнения существующих норм и стандартов работы, ориентированности на клиента, его удовлетворенности уровнем работы с ним.

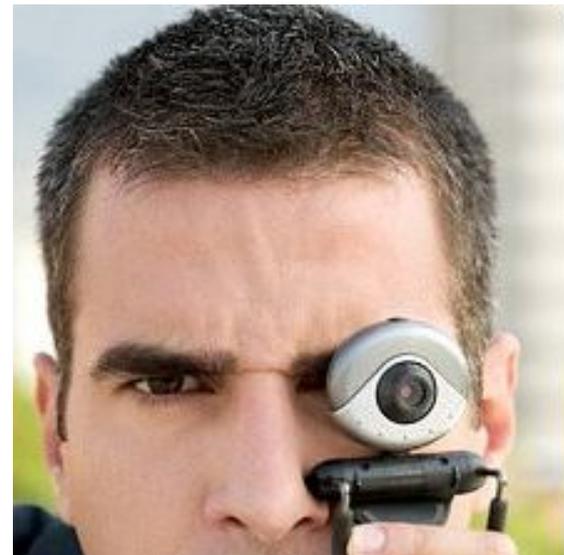
- **Возможность оперативной корректировки ситуации на местах.**

- **Определение основных зон «роста»** специалистов, оценка их уровня знаний и навыков продвижения товаров и услуг Компании.
- **Контроль результатов** проведенного обучения, повышение результативности обучения.
- **Объективные числовые показатели** деятельности каждой точки замера (доп.офиса банка, салона, магазина), которые позволяют выстраивать систему мотивации персонала, привязанную к результатам.



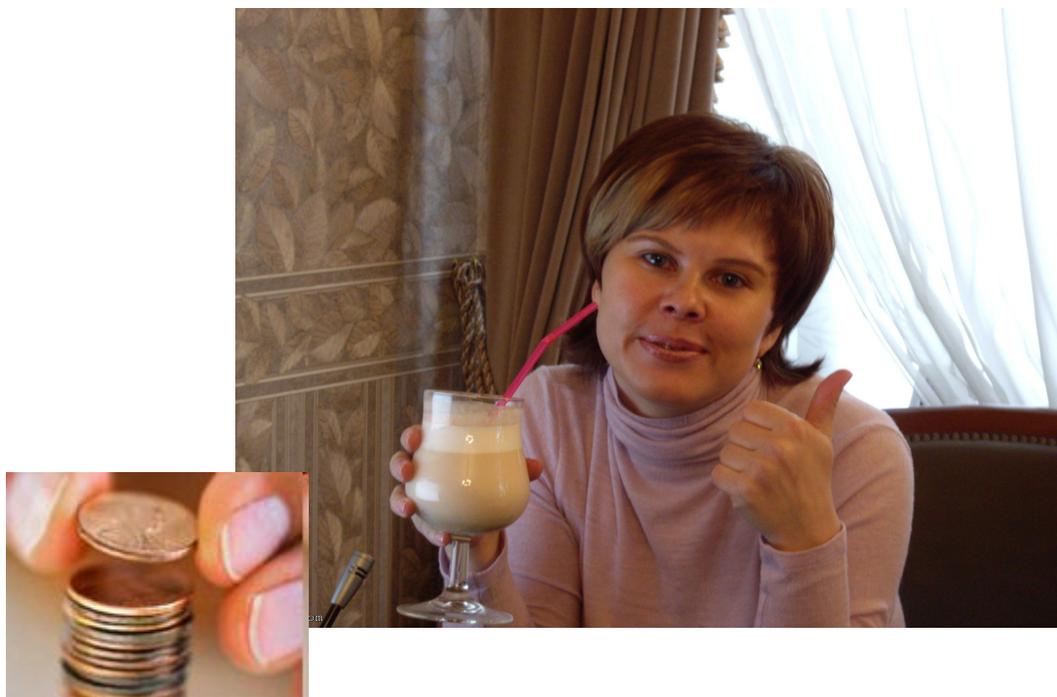
ПОМНИТЕ!

- **Сервис сегодня - это один из самых актуальных нематериальных активов, способный приносить реальные деньги!**
- **В среде жесткой конкурентной борьбы, клиенты имеют возможность обратиться в другую компанию, если они не удовлетворены вашим сервисом.**



- **Самая главная причина неудовлетворенности потребителей – это плохой сервис.**

Достижение поставленной цели и довольный клиент



— главная оценка нашей совместной работы!