

Vi er service

David Koht-Norbye

Daglig leder Østfoldbadet

Kort om meg selv

- n Journalist og redaktør i 28 år
- n Ungdoms- og idrettsleder i 35 år
- n Daglig leder i Østfoldbadet siden 2000
- n Leder i Badfaglig Forum siden 2001-05
- n Etablerte Badelandene.no i 2004
- n Leder i Norsk Fjør felag 2006
- n Kommunepolitiker fra 2007



Visjonen



***Trivsel og velvære
hver dag i
Østfoldbadet***

Visjonen



Visjonen til Østfoldbadet er preget av:

- n *Å sette kunden i sentrum*
- n *Å være ledende i bransjen*
- n *Motivere våre medarbeidere og samarbeidspartnere*
- n *Utvikling av konseptet og vår egen kompetanse*
- n *Positivitet i alt vi foretar oss*

*Du får aldri en ny sjanse
til førsteinntrykket*

Omsorg for detaljer avgjør

Hva er service?

- n Kommer av latinske servuus = slave
- n Immateriell – kan ikke lagres noe sted
- n Produseres og konsumeres samtidig, med et latinske ord; prosumment
- n Sannhetens øyeblikk!!
- n Lagres lett i vårt minne som en god eller dårlig opplevelse

Hva er service?

- n Når du, som kunde, får litt mer enn forventet
- n Et smil og et nikk fra betjeningen
- n De ansatte viser samarbeidsglede
- n At det er rent, pent og trivelig
- n Gjesten opplever oss som kunnskapsrike og lojale

Førsteintrykket avgjør – 3 sekunder teller!

Hvem skal vi yte service til?



- n Gjestene
- n Leverandører
- n Medarbeidere
- n Ledere på alle nivåer
- n Eierne – private og politikere

Alle vi omgås daglig

Hva skal til for å gi gode service?

- n Alle ansatte er bevisst på våre kvalitetsmål
- n Alle står på for hverandre – god samhandling
- n Alle ser utfordringen – ingen problemer
- n Vi er best når vi løfter i flokk



Hva skal til for å gi god service?

- n Tilhørighet, yrkesstolthet og arbeidsglede er en drivkraft og kvalitetspåvirker
- n Evnen til å gi av seg selv anerkjennelse og positive bekreftelser øker arbeidsgleden for alle
- n Vi må begynne med oss selv!

Hva skal til for å gi god service?



Hvor starter vi:

- n Ansettelsesprosedyren
- n Personalpolitikken

Hvem er oppdragsgiver:

- n Eierne?
- n Styret?
- n Daglig leder?
- n Kunden?

Hva skal til for å gi god service?

Fakta: Lønnskostnadene er
vår største utgift

Muligheten: Verdt å investere i
humankapitalen

Veien er målet

La oss glede oss over å jobbe mot målet

Hva skal til for å gi god service?

Læring av ferdighet:

- n Fysiske
- n Tekniske
- n Taktiske
- n Psykiske
- n Pedagogiske
- n Sosiologiske



Hva skal til for å gi god service?

Rollefordelingsprosessen:

- n Få frem + (de sterke sider) hos alle
- n Alle må kjenne sin rolle
- n Rolletrening (95 % trening – 5 % konkurranse)
- n Skjer best hos rolleinnehaveren selv
- n Ta tak i det det iboende + hos hver enkelt
- n Må ha struktur (ellers blir det kaos)

Hva skal til for å gi god service?

Positiv kundekontakt:

- n Svar med et smil
- n Vis interesse for kunden
- n Ta klager på alvor
- n Hjelp kunden til rette
- n "Vis" at du lytter
- n La kunden avslutte samtalen

Hva skal til for å gi god service?

Stemmebruken betyr mye:

- n Virk avslappet, men aktiv
- n Pass på klangen i stemmen
- n Snakk tydelig (unngå fremmedord)
- n Tilpass tempoet når du snakker
- n Snakk behagelig
- n Varierer stemmebruken

Hva skal til for å gi god service?

Samhandling:

Høyeste form for samarbeid
som kommer innenfra.

Individene **VIL** nå felles mål.

Hva betyr god service?

**Fornøyde kunder
+
Fornøyde
medarbeidere
= høy markedsandel**

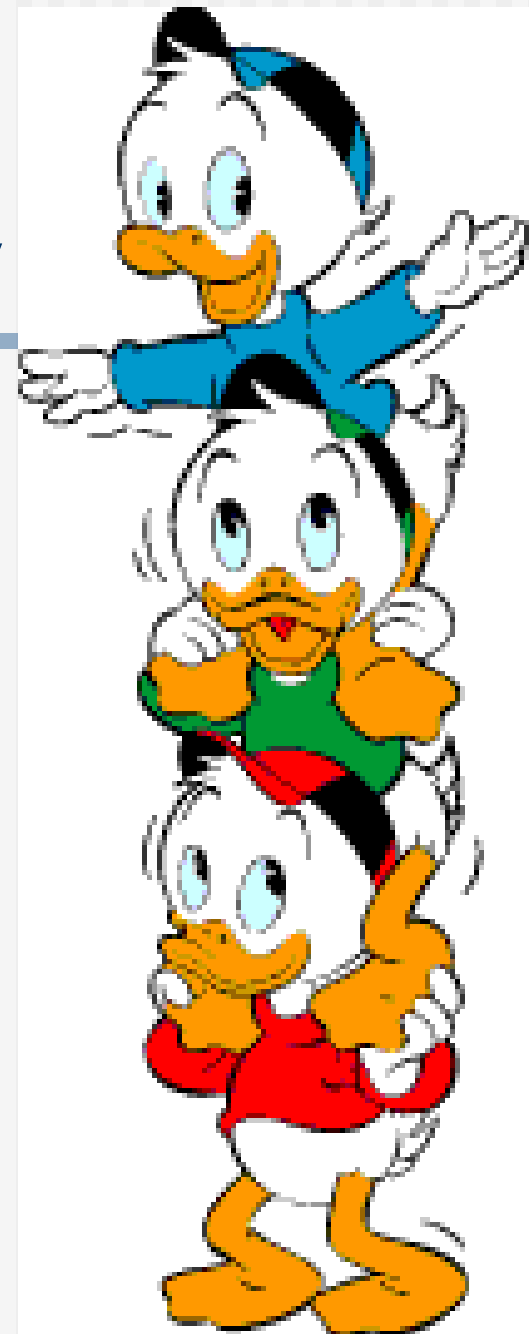
Berit Kjøll,
Adm. dir.
Flytoget



Lær av Walt Disney

Suksessfaktorer i servicebedrifter

- n Holdninger
- n Involvering av medarbeidere
- n Belønning
- n Gode rutiner



Lær av Walt Disney

We make people happy

- n Gjelder alle ansatte
- n Kunden i fokus hele tiden

De vi møter daglig er:

- n Potensielle kunder
- n Potensielle medarbeidere



Walt Disneys servicekriterier



- n Kunne svare på alle henvendelser
- n Være personlig
- n Smile
- n Bruke vennlige fraser
- n Behandle andre ansatte med høflighet
- n Være "agressively friendly"

Inneklima = service

n **Termiske miljøfaktorer**

Temperatur, luftfuktighet, trekk, strålingsvarme

n **Atmosfæriske faktorer**

Røyk, gasser, støv, lukt, statisk elektrisitet

n **Akustiske faktorer**

Lyd, støy og lydoppfatning

n **Mekaniske faktorer**

Innredning, utforming, ergonomi og funksjon

n **Psykososial faktorer**

Kontakt med andre mennesker

n **Estetiske miljøfaktorer**

Det vakre og behagelige

= **Innemiljøet**

Vannkvalitet = service

- n Rensemetodene må gi kvalitetsvann
- n Bundet klor en trussel
- n Optimale pH-verdier
- n Rent på bunnen og langs bassengkanten
- n Vannet skal glinse

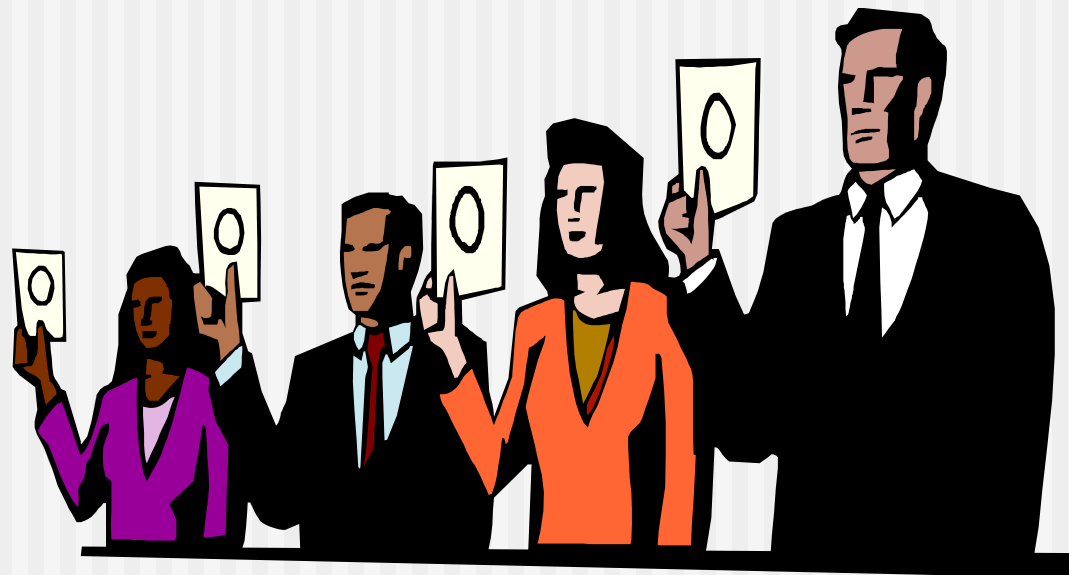


Is = service

- n Jevn, fast og glatt isflate
- n Tåler å bli brukt gjennom hele omgangen
- n Tilstrekkelig kapasitet på fryseanlegget
- n Godt utstyr til å preparere med i pausene
- n Kunnskap om anlegget og rutiner for god islegging

Hvordan måle service?

- n Bruk av kundeundersøkelser
- n Bruk av kundeprosesser
- n Bruk av testkunder
- n Etablering av brukergupper



Hvordan måle service?

Kundeundersøkelse:

- n Kjøres jevnelig mot gjester i anlegget
- n Sjekk også hva de ansatte mener
- n Gjennomføres internt eller ved bruk av eksterne krefter
- n Målrettet mot hele eller deler av virksomheten

NB! Gir kun svar på tendenser.

Hvordan måle service?

Spørsmål til kundene:

- n Markedsføring
- n Test hvilke medier som fungerer
- n Jungeltelegraf
- n Personopplysninger
- n Brukerfrekvens



Hvordan måle service?

Spørsmål til kundene:

- n Servicegrad
- n Sikkerhet
- n Renhold
- n Fasiliteter
- n Kafeteriatilbudet
- n Priser
- n Totalinntrykk



Hvordan måle service?

Spørsmålstillingene er viktig:

- n Vær presis i formuleringen
- n Bruk påstander som ikke kan misforstås
- n Unngå tendensiøse spørsmål
- n Ha alltid et åpent spørsmål med anledning til forslag og merknader

Vurderinger

Påstander ble satt frem med følgende karakterer:

n 1 – helt enig

n 2 – delvis enig

n 3 – verken enig eller uenig

n 4 – delvis uenig

n 5 – helt uenig

n – vet ikke

Vurderinger

Hva betyr karakterene?

n 1,0 – 1,9	Særdeles bra
n 2,0 – 2,5	Meget bra
n 2,6 – 3,0	Tilfredsstillende
n 3,1 – 3,9	Noenlunde
n 4,0 – 5,0	Dårlig – ikke bestått

Hvordan måle service?



Kundeprosesser:

- n Kunderegnskap
- n Medarbeiderregnskap
- n Klimaanalyser

NB! Må utføres av profesjonelle

Hvordan måle service?

Kunderegnskap

- n Helsesjekk for å finne bedriftens sunnhetstilstand og kundens sannsynlige lojalitetsgrad.
- n Kundedialog og strategiseminar
- n Styringssystem

Påstand: Kundetilfredshet skaper ikke lojalitet.

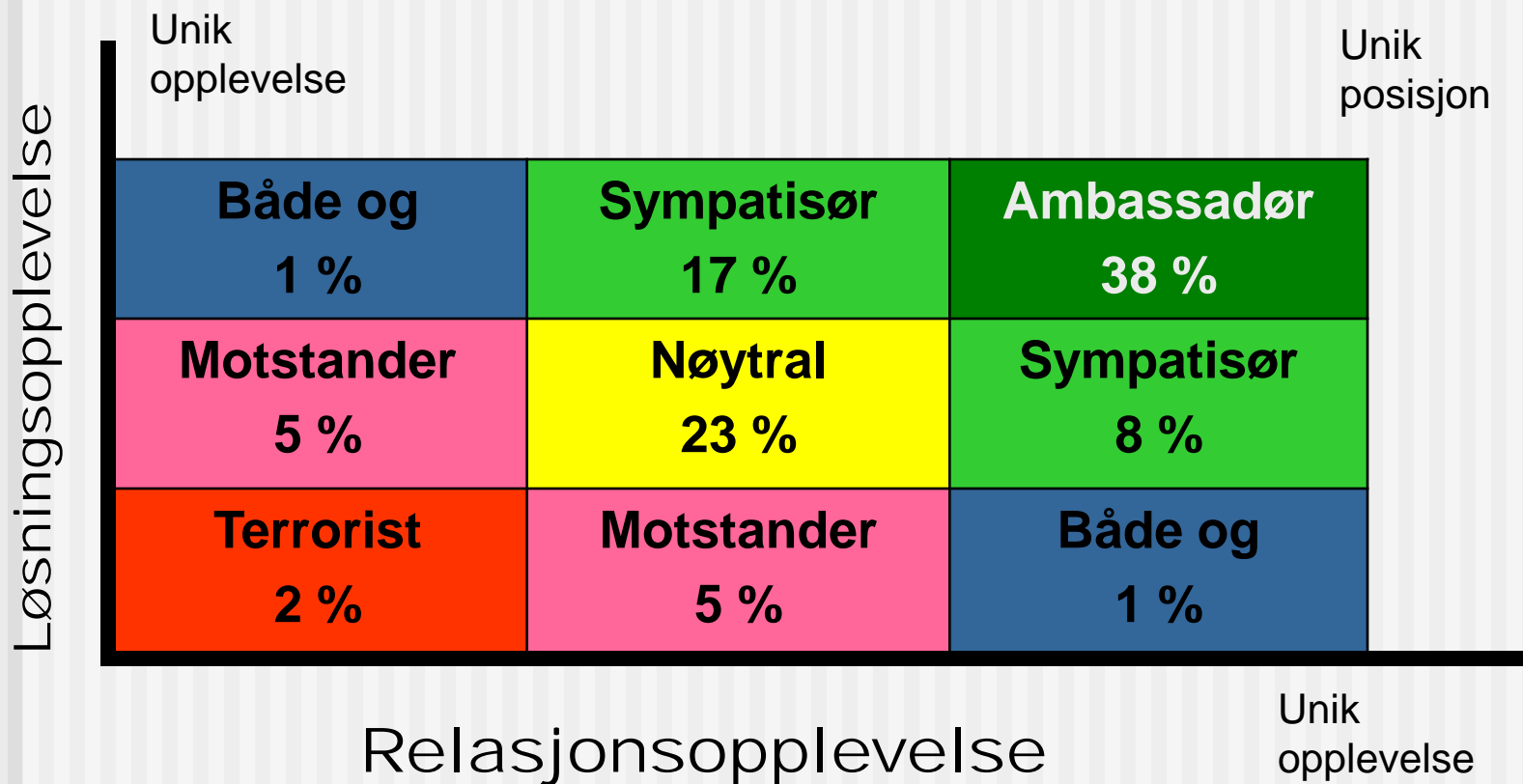
Hvordan måle service?

Kundetilfredshet utvikler selvtilfredshet

- n Kreativ misnøye gjør oss sultne på forbedringer
- n Kreativ misnøye fører til press, som igjen gir stress og utløser energi.
- n For mye stress er negativt.
- n Optimalt stressnivå er ønskelig.

Hvordan måle service?

Kunderegnskap viser erfaringsmessig:



Hvordan måle service?

- n Ambassadørene snakker med 3 personer om sine gode opplevelser hos deg – bruk dem!
- n Terroristene snakker dritt om deg til minst 12 personer – stopp dem. Lytt til hva de har å forteller for at vi skal kunne lære.
- n De andre er uinteressante

De beste kundene blir aldri fornøyd

Hvordan måle service?

Medarbeiderregnskap:

- n Medarbeidere er ikke ansatte kun for å jobbe, de er en del av kundeopplevelsen
- n Unike kundeopplevelser betinger topp motiverte og engasjerte medarbeidere som KAN og VIL yte sitt beste - hver gang.

Hvordan måle service?

Medarbeiderregnskap

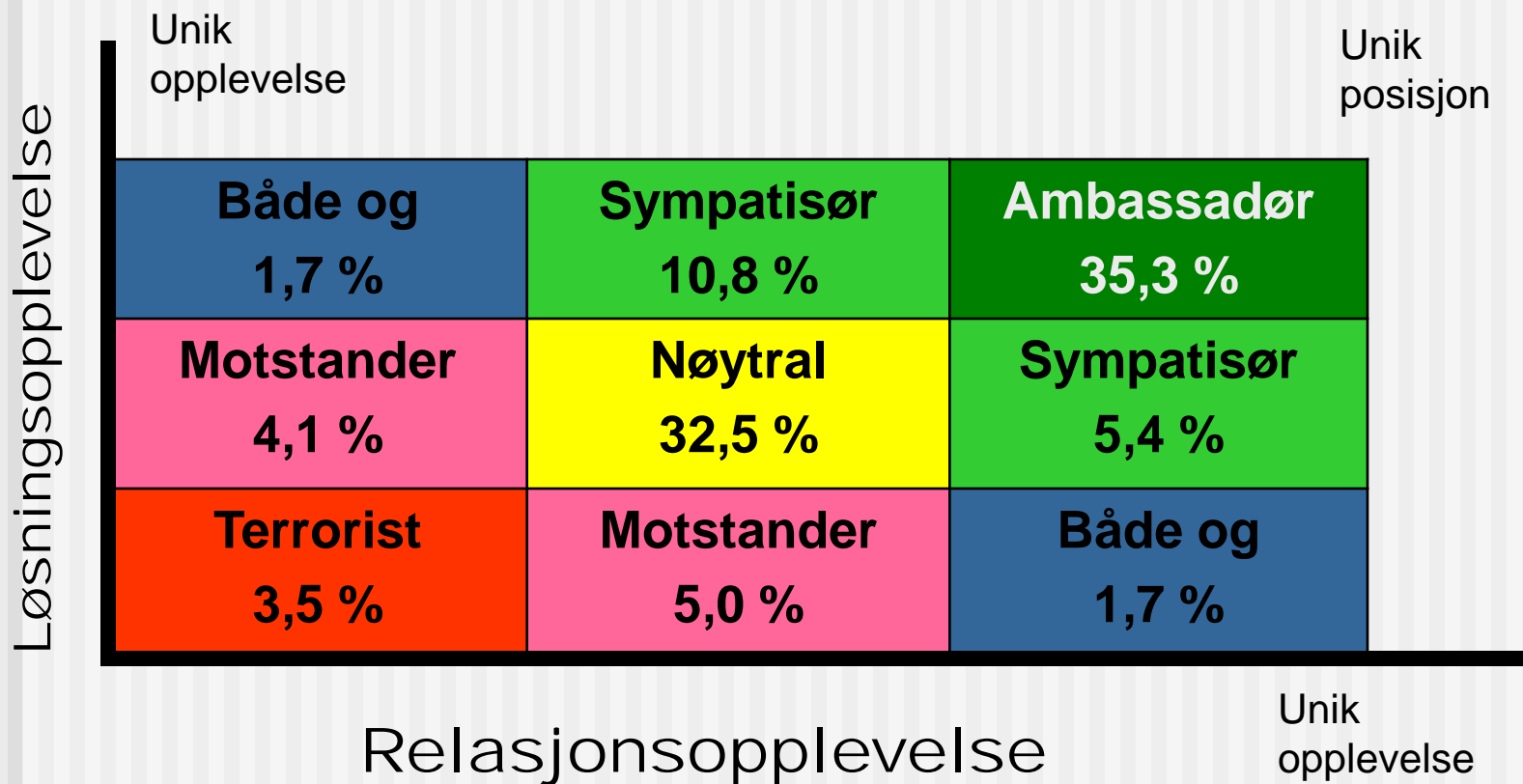
- n Helsesjekk for å finne motivasjonen hos de ansatte
- n Medarbeiderdialog
- n Definere målsettinger og forbedringsprosesser
- n Utarbeide handlingsplaner med fremdrift

Hvordan måle service?

- n Bedriften er avhengig av medarbeidernes kunnskap.
- n Topp motivasjon må til å yte maksimalt
- n Ikke nok at gjennomsnittet trives
- n Dyktige medarbeider kan velge og vrake interessante jobber

Hvordan måle service?

Medarbeiderregnskap:



Hvordan måle service?

Det sier seg selv at det er svært viktig å kunne identifisere om nøkkelpersoner er "terrorister" eller "ambassadører".

Dette styringsverktøyet gir svar, og bedriftsledelsen får derved avgjørende og nødvendige styringsinformasjon.

Adm. dir. Arne Mathiesen, Falken

Hvordan måle service?

Etabler gruppe på 3-7 ukjente **testkunder**

- n Kommer uanmeldt og registrerer sine opplevelse som kunde
- n Gjennomføres 4-5 ganger i året for hver enkelt
- n Varier tidspunktene for å måle oss både under stress og når det er rolig
- n Bruk omtrent samme spørsmål som for kundeundersøkelse

Hvordan måle service

- n Etablere **brukergruppe** med faste brukere
- n Ta tester enkeltvis eller samlet
- n Samtaler jevnelig mellom brukergruppen og ledelse og mellomledere
- n Lytte og lære – vær ydmyk for justeringer

Kvalitetssikring

- n HOLDNING
- n HOLDNING
- n HOLDNING
- n Kjenne kvalitetsmålene
- n Ha system for kvalitetssikring



Kvalitetssikring



- n Personlig kvalitet handler om DEG
- n Å ta ansvar for ditt eget arbeid og din egen situasjon, er en del av personlig kvalitet
- n Det er ikke nok å gjøre tingene riktig, de skal gjøres til rett tid

Til ettertanke

Taperen

- n Pessimist
- n Leter etter unnskyldingen
- n Ser problemene i muligheten

Vinneren:

- n Optimist
- n Tar utfordringen når den dukker opp
- n Ser mulighetene i problemet

Reis hjem og skap ditt vinnerlag