

SERVICE DESIGN

Menselijk

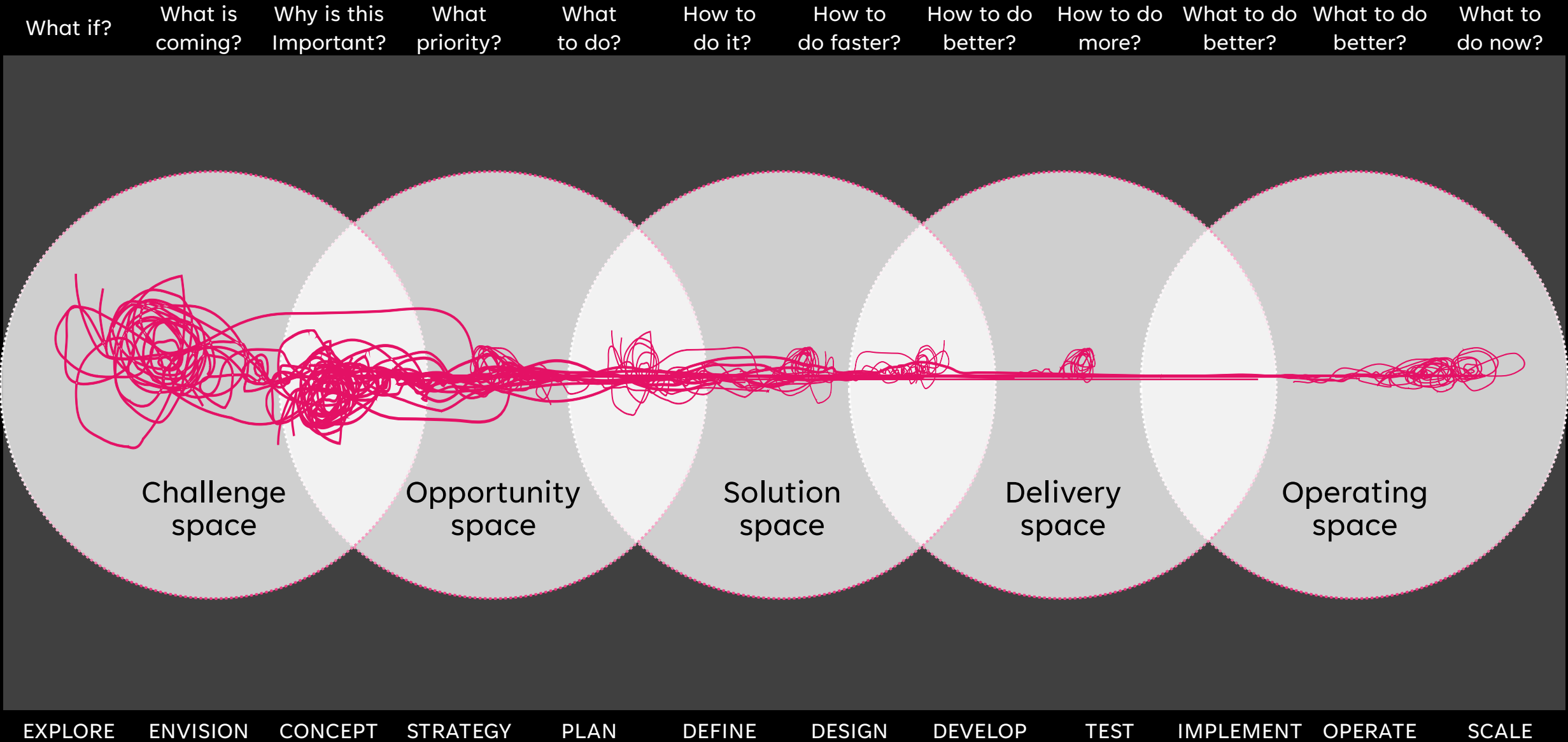
Collaboratief

Iteratief

Echt (demonstreerbaar)

Holistisch

SERVICE DESIGN THINKING: FUZZY TO VALUE



DE TWEE VRAGEN

Welk "Fuzzy" probleem wil je vandaag naar kijken?:

Hoe kan klantenservice middels ai klanten beter serven?

Hoe kan ik business versnellen als nieuwkomer in een overvolle markt?

Voor interne gebruikers systeem makkelijker maken

Hoe vind je focus met zoveel mogelijkheden en nieuwe tools die er elke dag bij komen?

Hoe kan AI worden ingezet als primair interactiekanaal op een manier dat klanten dit beter ervaren dan human interaction?

Organisatie die over 5 verschillende assen georganiseerd is: komt moeilijk tot keuzes en prioriteiten

Inloggen
Nieuwe mensen (doelgroep) bereiken

Hoe doorbreek je silo's in een grote organisatie om samen CX te verbeteren

Juiste kanaal juiste doelgroep juiste oplossingen

Hoe zorg je ervoor dat iedereen binnen de keten snapt dat men bijdraagt aan goede dienstverlening? In een organisatie die focust op operational excellence

Hoe kan het nieuwe crm systeem de service voor de rechthebbenden verbeteren

Hoe kan ik door de fuzzyness van social media en AI in contact komen met mijn prospects op een waardevolle manier? Sterker nog een relatie opbouwen .

Aankoop & in en uitchecken met een barcode ticket verbeteren

Nieuw erp systeem, klanten wil je hierbij niet teleurstellen. Langere order intake, kunnen we leveren, kunnen we factureren

Hoe creëer je een customer centric culture in een grote organisatie (silo's)

Kwaliteitsperceptie

Het opzetten van een applicatie voor jouw klantgroep.

Ga je iets nieuws bouwen, creëer of maak je een progressive web app.

Waar staat de klant, en hoe betrek je de klant bij het probleem?

Hoe zorg je ervoor dat de klant centraal blijft staan?

Hoe krijgen wij onze complexe materie, regels en processen, duidelijk en begrijpelijk voor onze achterban

Overdracht tussen sales en delivery . Krijgt debklant wat hij gekocht heeft

> Wat is mogelijk/wenselijk nu je Fuzzy probleem is opgelost?:

Klanten worden sneller geholpen en bereikbaarheid vergroot. Inmiddels na deze middag heb ik ook andere inzichten gekregen!

We kunnen van waarde zijn voor een jongere doelgroep en daardoor nóg meer mensen digitaal laten meedraaien in de maatschappij.

Er zijn alleen nog maar proposities en diensten waar mensen blij van worden en er wordt geen rommel meer de wereld ingeslingerd

Dan kunnen we claims sneller en beter behandelen.

Geen twijfels en discussies. Alle neuzen dezelfde kant op!

Een groeiende klantenbasis beter bedienen zonder lineair op te schalen in aantal mensen.

5 dimensies binnen de organisatie werken samen naar gedeeld gemeenschappelijk doel

Als mensen zonder problemen kunnen inloggen, zijn ze blijer en kunnen ze direct de ledendienst gebruiken die ze willen. De reden dat ze inloggen op de website. Het scheelt ze weer een hulpvraag.

Iedereen weet onze dienstverlening te vinden en gebruiken

Meer barcode tickets te verkopen. Betere feedback vanuit operatie. Verder stimuleren verkoop via barcode. Betere omzet groei.

Klant meer waarde uit de oplossing te laten halen om dat er match is tussen perceptie en wat men krijgt.

Dan heb ik een ecosysteem van techniek en specialisten ingericht die bedrijven schaalbaar en duurzaam ondersteund met klantgerichte innovatie als een service.

Dan kunnen we een excellente klantervaring bieden en zorgen dat we de leading organisatie worden in onze sector

> Service concept

Klant in de loop

Klant in de loop

Korte reactie tijd

Klant in de loop

Intelligente beslissingen

Intelligente beslissingen

Intelligente beslissingen

Klant als object in de organisatie

Onzichtbare interface

Klant als object in de organisatie

Pro actieve communicatie

Klant in de loop

Klant in de loop

Klant in de loop

Onzichtbare interface

Klant in de loop

Klant als object in de organisatie

Klant in de loop

Klant in de loop

Klant in de loop

Klant in de loop

Klant in de loop

Klant in de loop

Klant in de loop

DRIE SERVICE CONCEPTEN

	Klant in de loop	Klant als object in de organisatie	Intelligente beslissingen
Achtergrond	Klanten zijn de enige die de output van de totale organisatie ervaren: het product, de dienstverlening, de marketing, de beperkingen. De klantenservice, is vaak degene die de interne inconsistenties recht praat/ recht draait voor de klant.	Een klein deel van elke organisatie heeft direct contact met de klant en dit contact is vaak alleen transactioneel: informeren, kopen, assisteren. Het merendeel heeft geen contact, noch een echt beeld van wat de klant doet, of nodig heeft.	Grote beslissingen worden vaak alleen in formele gremia genomen. De realiteit is dat er dagelijks grote beslissing en beslissingen met grote consequenties worden genomen door mensen in de operatie.
Het concept	In klant in de loop worden (individuele) klanten bij de operationele handelingen betrokken als expert. Vragen zoals: helpt deze stap, of wat doe je met deze input/output worden tijdens de gewone interactie met de klant meegenomen	Door de klant/stakeholder “direct” bij interne beslissingen te betrekken worden er betere en waardevolle beslissingen genomen. De klant is een referentie punt in grote en kleine beslissingen.	Het concept is dat beslissingen over structurele verbeteringen in operationele flow worden genomen op basis van problemen en uitmuntende prestaties die worden gedocumenteerd/ geïnstitutionaliseerd. De basis van dit concept is KANBAN wat in productie processen sinds de jaren 50 wordt gepraktiseerd en zich ook leent voor administratieve processen.
Wat is nieuw/ anders	Klant in de loop geeft direct inzichten in de context en flow van het werk ipv achteraf via surveys en klant onderzoeken.	De drempel verlagen van dat het “perfect” moet zijn voordat een klant erbij wordt gehaald.	Grote, complexe situaties worden terug gebracht naar een aantal directe beslissingen die met de juiste aandacht en expertise worden genomen. De vraag “WAT” moet worden besloten en door WIE geeft heel veel helderheid.
Wat levert het op	Grote en kleine beslissingen over het verbeteren of veranderen van het product of dienst worden gevalideerd en verbeterd. Echte waarde voor de klant wordt duidelijk en bevestigd. De interne organisatie krijgt ideeën snel van buiten gevalideerd.	Veel ruis rond beslissingen wordt weggenomen. De kwaliteit en impact van de beslissingen gaat omhoog.	Veel ruis rond beslissingen wordt weggenomen. Beslissingen hebben direct waarneembaar effect doordat ze zijn gekoppeld aan de operationele werkelijkheid.



SERVICE DESIGN THINKING



Melvin Brand Flu
Director Customer Success
TCS PACE