

Intitute for Service Leadership Service Leadership Course



Een duurzame verbinding met klanten als passie

Topopleiding met de volgende docenten:

Prof. dr. Frank Go (Erasmus Universiteit), Prof. dr. ing. Teun Hardjono (Erasmus Universiteit),
Prof. dr. Jos van Hillegersberg (Universiteit van Twente), Drs. Frits Philips Jr,
Drs. Harald Pol (The Customer Connection), Prof. dr. Ad Pruyn, (Universiteit van Twente),
Prof. dr. Ko de Ruyter (Universiteit Maastricht) en Lucia Voerman (Stoa Organisatieadviseurs)

NIEUWE OPZET!

*Met praktijkgerichte cases van Triodos Bank, Bol.com, Transavia,
De Efteling, Google en het Oogziekenhuis Rotterdam*

Institute for Service Leadership

Service Leadership Course

Begin 2007 is binnen The Customer Connection, onafhankelijk kennisnetwerk voor customer excellence, het idee ontstaan om samen met de Erasmus Universiteit en de Universiteit Twente een post-HBO leergang te ontwikkelen. Dit heeft uiteindelijk geleid tot de Service Leadership Course, die in februari 2009 voor het eerst van start is gegaan. De leergang heeft tot nu toe twee keer plaatsgevonden. Beide keren heeft de leergang zeer positieve ervaringen en verrassende, nieuwe inzichten opgeleverd. Inmiddels zijn de opleidingsactiviteiten van The Customer Connection ondergebracht bij het Institute for Service Leadership.

Bij Service Leadership gaat het om het verkrijgen van een vooraanstaande positie in de dienstverlening naar klanten. Idee hierbij is dat een dergelijke positie alleen kan worden gerealiseerd als mensen binnen de organisatie zich persoonlijk verantwoordelijk gaan voelen voor het leveren van de beste dienstverlening. Persoonlijk leiderschap wordt hierbij niet alleen gezien als leiding geven, maar ook als leiding nemen.

De Service Leadership Course is het eerste multidisciplinaire opleidingsprogramma dat zich richt op alle aspecten van kwaliteit van dienstverlening, klantgerichtheid, klantrelatiemanagement, klantcontactmanagement, klanttevredenheid en de dienstverlening naar klanten. Hiermee onderscheidt de opleiding zich van andere opleidingen die zich specifiek richten op direct marketing, CRM, contactcenter of service management.

Inhoud

In 2006 is vanuit de Erasmus Universiteit, de Universiteit Twente en The Customer Connection het onderzoeksprogramma “Mastering meaningful customer connections” ontwikkeld. De onderzoeksvraag die aan dit programma ten grondslag lag, vormt nu ook de rode draad van de Service Leadership Course:

“Hoe kunnen organisaties een duurzame en betekenisvolle verbinding met hun klanten tot stand brengen?”

Tijdens de opleiding komen verschillende thema's aan de orde (voor een volledig overzicht zie het schema elders in deze folder). De te behandelen thematiek is toegespitst op de specifieke expertise van de docenten, maar binnen het gekozen thema is voldoende ruimte om in te gaan op deelthema's die voor deelnemers interessant zijn.

Vanuit de verschillende thema's wordt door de docenten een verbinding gelegd naar andere relevante vakgebieden die binnen de opleiding aan de orde komen. In voorkomende gevallen zal de betreffende docent ook een verbinding leggen naar vakgebieden die volledig buiten de opleiding staan (zoals bijvoorbeeld kunst, cultuur, natuurkunde, biologie, architectuur).

Doelgroep

De opleiding richt zich op het management en het hoger kader van grotere Nederlandse ondernemingen (meer dan 100 werknemers) in de profit en non-profit: algemeen en commercieel directeurs, bestuurders, marketing en communicatie managers, managers van afdelingen die directe contacten hebben met klanten, zoals contact centers, relatie- en accountmanagement en sales management. De opleiding is interessant voor mensen:

- die theorie praktisch willen maken en zelf op zoek willen gaan naar de wijze waarop theorie en praktijk elkaar versterken en aansluiten bij de eigen persoon en werksituatie
- die niet alleen willen consumeren maar ook bereid zijn een diepte investering te doen in het eigen bedrijf en in de eigen persoon?
- die zich willen laten inspireren door ervaringen in andere vakgebieden en in andere branches, door ideeën vanuit een totaal andere omgeving toepasbaar te maken in de eigen werksituatie

“Uitwisseling tussen wetenschappers en strategisch management levert niet alleen nieuwe en bruikbare inzichten op, het inspireert mij ook en bevestigt dat ook binnen non-profit klantgerichtheid van wezenlijk belang is.”

(Jan Oost, directeur Intake en Noodhulp, politie Noord Holland Noord)

Doelstelling

De opleiding wil u in staat stellen om door een interactieve benadering de kloof tussen theorie en praktijk te overbruggen:

- Door u te laten ervaren dat theorie en praktijk kunnen passen als een deksel op een doos.
- Door u te laten ervaren hoe theoretische kennis zin en betekenis kan geven aan uw praktijk
- Door orde en structuur te scheppen en u een model aan te bieden voor uw dagelijks handelen.

De opleiding biedt theoretische kennis op hoog niveau voor praktische mensen op hoog niveau.



Werkvorm

De gehanteerde werkvorm wordt gekenmerkt door een hoge mate van vraagsturing. Wensen en behoeften van docenten, deelnemers en de organisaties die zij vertegenwoordigen, komen in het proces centraal te staan. Er wordt een platform gecreëerd waar docenten en deelnemers hun kennis en ervaring rondom vooraf geselecteerde thema's kunnen delen. Dit gaat volgens de principes van de interactieve academie.

De betrokken docenten gaan elk vanuit hun eigen discipline samen met de deelnemers op zoek naar een antwoord op de centrale vraag en aanverwante vragen die door deelnemers zelf worden ingebracht. De opleiding moet resulteren in een aantal praktisch toepasbare marketingconcepten waarmee de deelnemers zichzelf en hun organisaties een blijvend voordeel in hun sector kunnen verschaffen.

De opleiding wordt hiermee een zelfconstruerende opleiding met weliswaar een centraal leitmotiv, maar waarbij iedereen elkaar's leermeester is en iedereen zijn eigen inleider.

De interactieve academie

“Praktische actie, in nauwe en levendige interactie met wetenschappelijke reflectie. Actiegericht onderzoek, in een gezamenlijk leerproces tussen mensen uit de praktijk en docenten, onderzoekers en studenten uit de wetenschap. “Niets is meer praktisch dan een goede theorie.”, zei de socioloog Kurt Lewin. De beste voorbeelden uit organisaties, inspelend op en beantwoordend aan de behoeften van eindgebruikers, klanten en consumenten. Deelnemers leren van hands-on ervaring met de consequenties in de praktijk.

Onderzoekers en docenten ontwikkelen nieuwe concepten en ideeën... en vertalen deze naar overdraagbare know-how, met duurzame klanttevredenheid als richtpunt. Het scheppen van voorwaarden voor frequent, levendige en gevarieerde interactie tussen praktijk en theorie is tot nu toe de missie geweest van The Customer Connection, sinds de oprichting in 2004. Met het opzetten van een netwerk en het op regelmatige basis organiseren van werkconferenties, themabijeenkomsten, bedrijfsbezoeken en strategiesessies, zijn we nu toe aan de volgende stap.”

Drs. Frits Philips Jr,
Voorzitter Raad van Advies

“Deelnemers worden uitgedaagd om van de oude wereld naar de nieuwe wereld te veranderen: klantgericht en service gericht.”

(Arthur Musters, manager Customer Care KPN)

Opzet opleiding

De opleiding bestaat uit 8 blokken van elk twee dagen.

Elke deelnemer formuleert bij aanvang van de opleiding een individuele leeropdracht die centraal komt te staan tijdens de opleiding. Daarnaast neemt de deelnemer een opdracht mee die binnen de eigen organisatie gerealiseerd moet worden gedurende de looptijd van de opleiding (een eigen business case).

Gedurende de opleiding wordt de deelnemer gecoached op het realiseren van zijn persoonlijke en organisatie-doel. Tijdens de bijeenkomsten is er volop ruimte voor inbreng van de eigen casus. Daarnaast wordt standaard een dagdeel ingeruimd voor intervisie waarin de eigen casus kan worden besproken met andere deelnemers.

Opbouw Leergang Service Leadership



Opzet werkconferenties

Elk blok omvat vijf dagdelen en heeft in de basis dezelfde opbouw. In deze vijf dagdelen komen de drie leerniveau's aan de orde zoals die in de bovenstaande afbeelding worden geschetst. Wat er verder tijdens de blokken gebeurt is afhankelijk van de behoeften van deelnemers en begeleiders. De werkconferenties worden begeleid door de betrokken hoogleraren en een procesbegeleider van het Institute for Service Leadership.

“De diversiteit van de inleiders, de interactie met de deelnemers, de combinatie van theorie en praktijk, de balans tussen ratio en emotie en het brede spectrum aan onderwerpen maken de leergang tot een inspirerende omgeving.”

(Peter van Wijk, programmamanager AEGON Nederland)

Voordelen voor de organisatie

Met acht tweedaagse workshops kan het leerproces van de deelnemers effectief leiden tot de volgende resultaten voor de organisatie:

- Door praktijkgerichte en op de eigen bedrijfssituatie toegespitste opdrachten ontstaat een directe return-on-investment voor het bedrijf;
- Deelnemers worden geoefend in vaardigheden op het gebied van praktisch management en service excellence;
- Intervisie bijeenkomsten ondersteunen het leerproces van de deelnemers in de dagelijkse praktijk en zorgen ervoor dat het leerproces wordt geborgd;
- De opleiding stimuleert het gebruik van Best Practices binnen het eigen bedrijf;
- De opleiding stelt deelnemers in staat te leren van andere organisaties;

Voordelen voor deelnemers

Deelnemers aan het programma kunnen profiteren van de volgende voordelen:

- Verwerven kennis over drijfveren en gedrag van klanten en kunnen dit gedrag doorvertalen naar concrete oplossingen voor het eigen bedrijf;
- Deelnemers krijgen instrumenten en managementvaardigheden aangereikt waarmee zij zelf de klantgerichtheid binnen hun eigen organisatie en afdeling kunnen stimuleren;
- Deelnemers krijgen inzicht in hun eigen stijl van leidinggeven en de effecten die deze stijl heeft op de klantgerichtheid van de organisatie;



“De intensieve ontmoeting tussen mensen uit de academische wereld, de non-profit en de zakelijke praktijk is inspirerend, uitdagend en bovenal heel leuk!”

(Iwan van den Berg, directeur Sales, ASR pensioenen)

Diploma

Aan het eind van de opleiding ontvangt de deelnemer een deelnamecertificaat. Om in aanmerking te komen voor het diploma moet de deelnemer alle werkconferenties hebben bijgewoond en moet de eindopdracht met succes worden voltooid. De eindopdracht zal worden beoordeeld door een professionele vakjury, bestaande uit (een selectie van) docenten van de opleiding.

Organisatie

Programma en docenten van de Service Leadership Course.

Programmaleiding

- Prof. dr. ing. Teun Hardjono
- Drs. Frits Philips Jr

Intervisie en coaching

- Lucia Voerman
- Drs. Harald Pol

Investering

De totale studiebelasting bedraagt ongeveer 300 studie-uren, bestaand uit contacturen, zelfstudie, coaching, intervisie-bijeenkomsten en werken aan de leeropdracht. De doorlooptijd van het programma is acht maanden.

Toelating

Door het karakter van de leergang is er plaats voor maximaal 15 organisaties. De groep wordt zo samengesteld dat de deelnemers ook voor elkaar interessante gesprekspartners zijn. De leergang start met een intake gesprek waarin de individuele leerdoelen en verwachtingen van deelnemers onderwerp van gesprek zullen zijn.

Locatie

De werkconferenties vinden plaats op een nader te bepalen locatie in de omgeving van Utrecht. Deelnemers overnachten in het hotel zodat de tijd efficiënt kan worden gebruikt en optimaal gebruik gemaakt kan worden van het groepsproces.

Meer informatie en aanmelding

Aanmelden kan door bijgaand inschrijfformulier in te vullen. Voor meer informatie over de opleiding kunt u contact opnemen met Harald Pol, h.pol@serviceleadership.nl of 06 - 546 864 18.



*“Participatie in de Service Leadership Course van
The Customer Connection is investeren in jezelf en in je organisatie.”*
(Bert Deitmers, lid Raad van Bestuur Triversum)

Blok 1:

Leiderschap in verbinding met klanten

- verkenning van inhoud en vorm leergang
- persoonlijk leiderschap als instrument
- bezieling en inspiratie als succes factor

Prof. Dr. Ing. Teun Hardjono, Erasmus Universiteit

Drs. Frits Philips Jr, Paradox

Introductie casus deelnemers

Blok 2:

De klantgerichte organisatie

- de 7 niveaus van klantgerichtheid
- leiderschapsstijlen en hun effecten op de organisatie
- het veranderingsproces naar meer klantgerichtheid

Drs. Harald Pol, Institute for Service Leadership

Casus Triodos Bank, presentatie Roel Welsing, hoofd Marketing

Blok 3:

Gedrag van klanten

- typologie van gedragspatronen van klanten
- klantreacties op wachttijden en vertragingen
- (on)bewuste invloeden op consumentengedrag

Prof. dr. Ad Pruyn, Universiteit van Twente

Casus Transavia, presentatie Daan Noordeloos, manager Marketing & Customer Strategies

Blok 4:

Service Return on Interactivity - offline en online

- omgaan met ontevredenheid van klanten
- invloed van klantentemoties en gedrag medewerkers op tevredenheid klanten
- customer intimacy als strategische dimensie

Prof. Dr. Ko de Ruyter, Universiteit Limburg

Casus Bol.com, presentatie Michel Schaeffer, directeur Marketing

“Iedere maand vind ik inspiratie door het hoge niveau van de inleiders en het hoge niveau van de medestudenten.”

(Marcel de Dood, directeur klantenservice ADP Nederland BV)

Blok 5:

Creëren en beïnvloeden van klantervaring

- evenementen en belevingsmarketing
- imago, besluitvorming en betekenis geven
- emoties: relaties, ontmoetingen, communities

Prof. dr. Frank Go, Erasmus Universiteit

Casus De Efteling, presentatie Marjolein Mens en Jeannine van de Goorbergh, Strategische Marketing & Onderzoek

Blok 6:

Kwaliteitsverbetering als permanent veranderingsproces

- kwaliteitsmanagement en certificering
- implementatie van service verbeteringen
- management van processen en vernieuwing

Prof. dr. ing. Teun Hardjono, Erasmus Universiteit

Casus Oogziekenhuis Rotterdam, presentatie Frans Hiddema, voormalig algemeen directeur

Blok 7:

Professionele service organisaties

- de klantgeoriënteerde organisatie
- ontwerp en invoering van informatie systemen
- management van organisatieverandering

Prof. dr. Jos van Hillegersberg, Universiteit van Twente

Met cases van Google, Microsoft, Amazon.com

Blok 8:

Synthese: op weg naar Service Excellence

- presentatie eindopdracht deelnemers
- leiderschap in de klantgerichte organisatie
- de kracht van de verbinding

Drs. Frits Philips Jr, Paradox

“De leergang is voor mij een unieke gelegenheid om met collega’s uit andere sectoren, de verbinding met de klant te exploreren.”

(Rob Vogel, manager Marketing & Communicatie WoonFriesland)



Institute for Service Leadership
www.serviceleadership.nl