



Institute for Service Leadership

Leergang Digitale Transformatie van Servicegerichte Organisaties

Een duurzame verbinding met klanten als passie

Postacademische leergang voor top executives die met hun organisatie het verschil willen maken in de dienstverlening naar hun klanten!

"Niets is meer praktisch dan een goede theorie."
(Kurt Lewin)

Be inspired, get connected



Institute for
Service Leadership

A blue-tinted photograph of several chess pieces, including a king, queen, and pawns, arranged on a chessboard. The pieces are dark and have a metallic sheen.

Institute for Service Leadership

Leergang Digitale Transformatie van Servicegerichte Organisaties

Technologische ontwikkelingen hebben de manier waarop consumenten met elkaar en met aanbieders communiceren, radicaal veranderd. De technieken die worden gebruikt voor informatieopslag en overdracht, zijn geminiaturiseerd, gepersonaliseerd, gedigitaliseerd en gemobiliseerd. Dit dwingt organisaties na te denken over digitale transformatie. Maar zijn managers hier wel klaar voor? Recent onderzoek van Wipro Digital onder 400 Amerikaanse bedrijven laat zien dat dit nog verre van het geval is. Vermoedelijk is dit in ons land niet veel anders.

De digitale transformatie, waar iedereen de mond vol van heeft, zorgt volgens Wipro Digital voor een leiderschapscrisis in de vergaderkamers van veel grote ondernemingen. Alle investeringen en moeite ten spijt is slechts de helft van de onderzochte organisaties in staat een succesvolle digitale transformatiestrategie uit te voeren. Bij veel bedrijven overheerst de twijfel: één op de vijf senior managers geeft zelfs toe investeringen in digitale transformatie als tijdverspilling te beschouwen.

Digitalisering vraagt om een geheel andere cultuur binnen de organisatie en een geheel andere vorm van leiderschap. Door het ontstaan van persoonlijke netwerken krijgt de samenleving een heel ander gezicht. Ieder individu heeft zijn eigen persoonlijke gedragspatronen en daarmee zijn eigen wensen en voorkeuren. Dit alles maakt dat het aangaan van verbindingen met klanten voor bedrijven een steeds grotere uitdaging wordt omdat er geen collectieve coördinatie meer is.

In de Leergang Digitale Transformatie wordt onderzocht welke veranderingen er plaatsvinden in de samenleving, hoe je daar als organisatie op kan inspelen en als leider sturing kan geven aan dit veranderingsproces.

Inhoud

Dat de samenleving snel aan het veranderen is, is voor iedereen wel duidelijk. Dat dit vraagt om een andere manier van kijken naar organisaties en de manier waarop organisaties met hun klanten omgaan, is ook duidelijk. De rode draad in de Leergang Digitale Transformatie is:

“Hoe kunnen organisaties in deze snel veranderende economie een duurzame en betekenisvolle verbinding met hun klanten tot stand brengen en in stand houden?”

Tijdens de opleiding komen verschillende thema's aan de orde (voor een volledig overzicht zie het schema elders in deze folder en het programma op de laatste twee pagina's van de brochure). 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 directeuren, 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

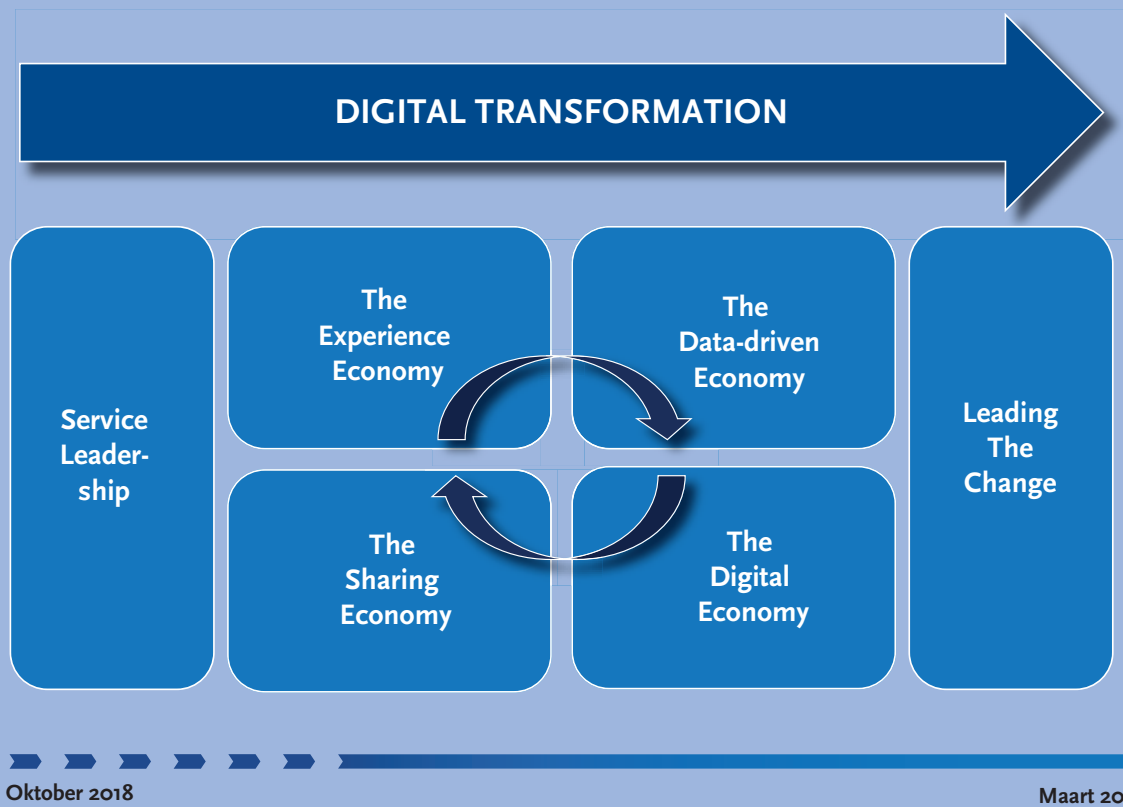
De gehanteerde werkvorm wordt gekenmerkt door een hoge mate van vraagsturing. Wensen en behoeften van docenten, deelnemers en de organisaties die zij vertegenwoordigen, komen in het proces centraal te staan. Er wordt een platform gecreëerd waar docenten en deelnemers hun kennis en ervaring rondom vooraf 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.

Opbouw Leergang Service Leadership Najaar 2018



Opzet opleiding

De leergang bestaat uit 6 blokken van elk twee dagen. Indien de leergang op in-company basis wordt georganiseerd kan afhankelijk van de behoeften van de organisatie het aantal blokken en de duur van de blokken worden aangepast.

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

Gedurende de leergang 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 Digitale Transformatie



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 zes 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 digitale transformatie;
- 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 dienstverlening naar klanten 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

De supervisie over en coördinatie van de leergang is in handen van een deskundige programma manager van het Institute for Service Leadership. De werkconferenties worden inhoudelijk verzorgd door topwetenschappers werkzaam bij verschillende Nederlandse universiteiten. De intervisie en coaching wordt verzorgd door ervaren top executive coaches.

Investing

De totale studiebelasting bedraagt ongeveer 225 studie-uren, bestaand uit contacturen, zelfstudie, coaching, intervisie-bijeenkomsten en werken aan de leeropdracht. De doorlooptijd van het programma is acht maanden. De kosten van deelname zijn afhankelijk van de gekozen werkvorm.

Toelating

Door het karakter van de leergang is er plaats voor maximaal 15 deelnemers. 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.



Blok 1: Leiderschap in verbinding met klanten

Service Leadership: van oude naar nieuwe wereld

- De ontwikkeling van kwaliteitsdenken in de laatste decennia
- De erfenis van scientific management en Tayloriaans denken
- De organisatie als onderdeel van een ecologisch systeem

Prof. Teun Hardjono, hoogleraar kwaliteitsmanagement

Leiderschap in de klantgerichte organisatie

- Leiderschap en inspiratie
- De kracht van loslaten en verbinden
- Naar een duurzame verbinning

Drs. Frits Philips Jr, Paradox

Blok 2: De Beleveniseconomie

Klantbeleving als uitgangspunt voor de klantstrategie

- Service Leadership als ambitie
- De 7 niveau's van klantgerichtheid
- Het realiseren van een duurzame klantrelatie

Dr. Harald Pol, Institute Service Leadership

Gedrag van klanten en beïnvloeden van klantbeleving

- De rol van het onderbewustzijn
- (On)bewuste invloeden op consumentengedrag
- Creëren en beïnvloeden van klantbeleving

Prof. dr. Ad Pruyn, Universiteit van Twente

Blok 3: De Datagedreven Economie

Waardecreatie vanuit big data

- Wat zijn big data? wanneer zijn data ook echt big data?
- Hoe kan uw organisatie meerwaarde creëren met big data?
- Implementatie van een big data strategie

Prof. Dr. Hans Borgman, Universiteit van Amsterdam

Naar een succesvolle infrastructuur voor digitale dienstverlening

- De mondiale strijd om de digitale data
- Consumentenvoorkeuren voor logistiek
- Architecturen voor digitale dienstverlening

Prof. Dr. Jos van Hillegersberg, Universiteit Twente

“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 4: De Digitale Economie

Groeistrategieën in de digitale wereld

- Omni-channel retailing,
- Inzet van digitale technologieën
- Ketensamenwerking

Prof. Dr. Kitty Koelemeijer, Nyenrode Business Universiteit

De invloed van digitalisering op klantbeleving

- Customer engagement versus customer effort
- Online communities als middel om klantbetrokkenheid te vergroten
- Invloed van nieuwe technieken zoals virtual en augmented reality

Prof. Dr. Ko de Ruyter, King's College London

Blok 5: De Deeleconomie

Delen is het nieuwe hebben

- Wat is nu eigenlijk de deeleconomie?
- Het beschermen van publieke belangen in de deeleconomie
- Innovatiebeleid in tijden van maatschappelijke uitdagingen

Prof. Dr. Koen Frenken, Universiteit Utrecht

Het effect van sociale media op merkwaaarding en reputatie

- De reactie van merken op sociale media
- Interactie klant - organisatie in sociale media
- Van social media naar big data

Prof. Dr. Peter Kerkhof, Vrije Universiteit Amsterdam

Blok 6: Leiderschap in verandering

Transformatie van organisaties van oude naar nieuwe wereld

- Leiderschap in (digitale) transformatie
- Doorbreken van ingesleten patronen en routines
- Veranderen en vernieuwen langs een nieuwe weg

Dr. Arend Ardon, partner HCG, auteur van diverse boeken waaronder "Ontketen vernieuwing!" en "Doorbreek de cirkel"

Eindpresentatie Organisatiecasus Deelnemers

"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

