

Kontakt:

Karlštejská 30, 158 00 Praha 5
www.pyramidasro.cz

Tel.: 251 611 455, 739 571 753
E-mail: institut@pyramidasro.cz



Newsletter č. 3
březen 2012

Vážení přátelé a obchodní partneři PYRAMIDY, v tomto čísle newsletteru si můžete přečíst rozhovor o zvyšování kvality služeb a prozákaznické orientaci firem, ohlédnout se s námi za tím, co proběhlo, přečíst si recenzi a anotaci zajímavé knihy a podívat se v rubrice „Zveme Vás“, na co se můžete těšit v budoucnu.

PROZÁKAZNICKÁ ORIENTACE:

Na slovíčko ...

Mnoho firem v současné době sází na zvyšování kvality svých služeb a prozákaznickou orientaci. Spokojenost zákazníků je skloňována ve všech pádech. Na to, jak vlastně pracují koučové ve službách „prozákaznické orientace firmy“, jsme se zeptali konzultantky, trenérky a kouče Podnikatelského institutu PYRAMIDA, Bc. Gabriely Pavlíkové, MBA.



Z čeho vychází koučink prozákaznické orientace?

„Koučink prozákaznické orientace je zaměřený na komplexní řešení. Tuto, pro čtenáře možná poněkud obecnou větu, ráda rozvinu. Koučink, o kterém spolu hovoříme, vychází z předpokladu, že vnímáme zákazníka jako klíčového partnera pro generování současného a budoucího zisku firmy. Cílem je zvyšovat jeho loajalitu ke značce a stejně tak úroveň jeho spokojenosti se službami a produkty firmy. Za zákazníka přitom považují jak interní partnery, konkrétně zaměstnance firmy, tak i externí partnery, tedy firmy, úřady, subdodavatele, akcionáře a především samozřejmě odběratele.“

Můžete to více konkretizovat?

„Jistě. U tohoto přístupu platí, že chování a jednání každého zaměstnance firmy je důležité pro hodnocení celkového vnímání kvality firemních služeb, prozákaznické spokojenosti. Jak uvnitř firmy, tak i navenek. Ukažme si to na dvou jednoduchých příkladech přímo z praxe. Představme si společně například asistentku, která působí v osobním kontaktu s neznámými klienty podrážděně a povýšeně. Dále si vybavme prodejce, který působí v osobním kontaktu vstřícně. Při nutnosti dalšího kontaktování zákazníka však od iniciativy upouští a zakázky nedotahuje do konce. To znamená, že zákazníkům nevolá, nemailuje, sliby neplní apod.“

Právě takové příklady dokládají jasnou potřebu „prozákaznický orientovaného“ koučinku. Jeho cílem je, aby si koučovaní uvědomili svoji osobní zodpovědnost za důsledky svého jednání, svůj vliv a podíl na celkovém hodnocení kvality firemních služeb, na tvorbě zisku a dobrém jménu firmy. V neposlední řadě i důležitost práce ve firemním i pracovním kontextu.“

Jak probíhají další typy koučinků?

„Další typy reflektují individuální povahu pozice koučovaného a stejně tak jeho konkrétní potřeby. S prodejcem pracuji například na zvýšení prodejních výsledků, osobní motivaci a celkové zlepšení prodejních a komunikačních dovedností (sales koučink). S asistentkou pracuji zejména na zlepšení pracovního výkonu, na lepší práci s časem, na posílení sebedůvěry i na posílení celkové životní spokojenosti (Life Coaching)“.

Jak probíhá spolupráce kouče se zadavatelem, který je zaměřen na zvyšování úrovně prozákaznické orientace?

„Jsou to následující východiska: Zmapování reálného kontextu, stanovení reálných cílů, přihlídnutí k danému času a aktuálním podmínkám, ve kterých se firma, jednotlivci, trh a následně koučink bude odehrávat. Za klíčové také považují celkovou firemní kulturu, manažerský styl vedení a úroveň dosavadní práce s lidmi, které zohledňují. Koučink lze vždy upravit dle požadavků klientů a včlenit ho do daných podmínek firmy. Tento typ koučinku se však nehodí pro všechny situace.“

Ještě jednu důležitou věc chci zmínit. Je to pozitivní cíl a víra v úspěšnost projektu, v úspěch koučinku a v dosažení pozitivních výsledků ve firmě. Někdy narážím na to, že zástupci firem bojují sami se sebou, se svým skepticismem ke všemu novému na trhu a hlavně k projektům, které pracují s lidským potenciálem.“

Řekněte nám, co se Vám osvědčilo v koučinku orientovaném na zvyšování zákaznické spokojenosti?

„Jsem přesvědčena o tom, že individuální koučinky u vybraných zaměstnanců přinášejí měřitelné hodnoty a mají svůj smysl.“

Přesto se mi v praxi mnohem více osvědčuje nastavení komplexního projektu, zaměřeného na zvýšení vnímání zákaznické spokojenosti. Ten tvořím na míru tak, aby se výsledek odrazil v číslech firmy a pomohl jí zajistit udržitelný rozvoj a dlouhodobý efekt.“

Projekt pak obsahuje všechny náležitosti, které umožňují měření efektivity. To znamená především dohodu o cílech, analýzu potřeb a celkový design. Velký důraz klademe na metodiku (ať už jde o koučink či o doprovodné, doplňkové tréninky a workshopy), metody komunikace, implementace vyhodnocení a samozřejmě také návrh dalšího postupu.“

Děkujeme za rozhovor.

PROBĚHLO:

● **2. února 2012:**

Manažerská snídaneň na téma:

„PODNIKOVÉ STRATEGIE PRO 21.

STOLETÍ – jak obstát v hyperkonkurenci a globální krizi.

Účastníci tradičního manažerského setkání v Pyramidě diskutovali s prorektorem Vysoké školy aplikované psychologie (VŠAPs) a autorem řady odborných publikací, **Doc. Ing. Romanem ZUZÁKEM, Ph.D.** o vlivu globálního prostředí na naše firmy. Interaktivní přednáška vyvolala velmi živou a bohatou diskusi mezi přítomnými. Diskutovalo se o tom, čím musí disponovat současný podnik, aby obstál v podmínkách hyperkonkurence a globalizace, kdo a co ohrožuje firmy při současné globální krizi a také o strategiích, které jsou optimální na její překonání. Fotografie ze setkání naleznete na adrese: http://www.pyramidasro.cz/?id_clanek=-1&id_gal=33

Aktuální informace:

● **PŘIHLÁŠKY NA VŠAPs**

Vysoká škola aplikované psychologie umožňuje získat kvalifikaci v oblasti aplikace psychologie na práci s lidmi v mnoha praktických oblastech.

Do 30. března 2012 (v 1. kole) lze podávat přihlášky na atraktivní studijní obor **Personální a interkulturní management:**

- Bakalářské denní 3-leté studium
- Při zaměstnání formou ČŽV s možností ukončení titulem Bc.

Náplní je studium psychologie, sociologie, Cross Cultural Managementu a Human Resources Managementu.

Kontakt: www.vsaps.cz; tel.: 734 659 112

● **SLAVÍME 20 LET ☺**

Letos působí PYRAMIDA už 20-tý rok na trhu vzdělávání. Je to nepochybně velký úspěch a tak chceme abyste slavili s námi: na každý firemní kurz, který pro Vás zrealizujeme v termínu od 1. 3. do 31. 8. 2012 Vám poskytneme **20 % slevu** z ceny kurzu.

Za redakční radu Newsletteru:
PhDr. Jitka Medzihorská
Renáta Šťasenková

● **POZVÁNKA NA UKÁZKOVÝ KURZ:**
„WIN-WIN“ OBCHODNÍ STRATEGIE PRO 21. STOLETÍ

Kdy? 29. března 2012; od 9,00 do 13,00 hodin

Kde? Pyramida: Karlštejská 30, Praha 5 – Jinonice

Na ukázkovém kurzu se seznámíte s novou a jedinečnou metodou efektivního způsobu rozvoje prodejních dovedností. Tato prožitková metoda vychází z moderních světových trendů podpory obchodníků a je specificky připravena pro české prostředí a mentalitu českých zákazníků i prodejců.

Kurz je určený **pro vedoucí pracovníky** (HR manažery, Area Sales manažery, ředitele či majitele firem), kteří hledají nové efektivní možnosti v oblasti rozvoje a pro své obchodníky fungující nástroje. Dále **pro obchodníky a prodejce**, kteří chtějí vytvořit pro svojí společnost vyšší obrát za kratší čas a prodávat s morální a vnitřní jistotou, s menším úsilím a úspěšněji.

Podrobnější informace a přihlášku na ukázkový kurz nalezete na
http://www.pyramidasro.cz/?id_clanek=74

● **RECENZE NOVÉ KNIHY:**
VELKÝ LEXIKON SPOLEČENSKÉHO CHOVÁNÍ

- *Druhé, rozšířené vydání bestselleru*

Autoři: Prof. Ing. Vladimír Smejkal, CSc., LL.M.

JUDr. Hana Schelová Bachrachová, Ph.D., LL.M.

ISBN: 978-80-247-3650-1, formát: B5, 400 stran,
prodejní cena: 399 Kč, vydala: Grada Publishing, a.s., www.grada.cz



Zatímco počátkem 20. století našli čtenáři vše o společenském chování v knihách Jiřího Stanislava Gutha-Jarkovského, počátkem století 21. plní tuto úlohu Velký lexikon společenského chování Vladimíra Smejkala a Hany Schelové Bachrachové.

Nové, rozšířené vydání Velkého lexikonu společenského chování je nejobsáhlejší publikací o etiketě u nás a najdeme zde odpověď na prakticky každou otázku týkající se společenského chování. Velmi čtivý text doprovázený návodnými a zábavnými ilustracemi Romana Kliského potěší, poučí a pobaví čtenáře každého věku - od dospívající mládeže po seniory.

Zkušení autoři, jejichž předchozí knížka Lexikon společenského chování je s více než 60 tisíci prodanými výtisky již řadu let bestsellerem, předkládají zasvěcené rady, jak se chovat v nejrůznějších společenských situacích - nejen v těch nejčastějších, jako je oslovování či podání ruky, ale i při mnoha specifických událostech, ke kterým patří např. první rande, rozchod či rozvod nebo jiné přírodní katastrofy. Výklad postupuje od klasických témat, jako je zdravení, představování, odívání, návštěvy, stolničení a rodinné obřady, přes chování v zaměstnání a ve školách, při dopravě, cestování, při tanci a jiných kulturních příležitostech až po náboženské obřady a zvládání mezních situací, jako je pobyt v nemocnici, jednání při nehodě a dalších pohromách. Kniha je skvělým dárkem pro každého a neměla by chybět v knihovně žádného moderního člověka!