KICK-ASS SERVICE

ARBEJDSHÆFTE

Merete Bergman Smit

Tak fordi du købte bogen: KICK-ASS Service.

Mit ønske er, at du og din virksomhed arbejder med opgaverne og øvelserne i bogen, hvorfor du i dette arbejdshæfte får skabelonerne, som I kan udfylde hos jer.

Så her kommer opgaverne.

Og rigtig god fornøjelse med dem.

KUNDETRENDS

Sådan gør du i praksis:

Vælg de to-tre trends, som I tænker vil gøre den største forskel for jeres kunder.

Spørg jer selv:
- ”Hvilken trend vil vi arbejde med?”
- ”Hvorfor er denne trend vigtig for os?”
- ”Hvad vil vi konkret gøre anderledes?”
- ”Hvordan vil vi arbejde med den i praksis?”

Læg mærke til, at der står:

Hvad vil vi konkret gøre anderledes?

Det betyder selvfølgelig, at I skal tænke: ”Hvad skal vi gøre mere af eller mindre af for at imødekomme denne trend?”

Og når I har arbejdet med den første trend, så vælg en ny.

Det er en fantastisk øvelse at lave på jeres morgenmøder eller p-møder. Lav den i fællesskab, og følg op ved at spørge:

“Hvordan har det været at arbejde med trenden, og hvilke reaktioner får vi fra kunderne (som vi ikke fik før)?”

Overvej også, om I kan måle på den forskel, som brugen af den enkelte trend giver jer.

Det kan være:
- flere kunder
- en højere NPS
- færre klager
- øget mersalg
- flere besøgende på jeres website og/eller i jeres onlinebutik
- flere tilbagevendende og loyale kunder

Noter:

Copyright Bergman Smit Training © Kick-ass service

TREND #1

De 4 spørgsmål	Jeres svar
Hvilken trend vil vi arbejde med?	
Hvorfor er denne trend vigtig for os?	
Hvad vil vi konkret gøre anderledes?	
Hvordan vil vi arbejde med det i praksis?	

Noter:

Copyright Bergman Smit Training © Kick-ass service

TREND #2

De 4 spørgsmål	Jeres svar
Hvilken trend vil vi arbejde med?	
Hvorfor er denne trend vigtig for os?	
Hvad vil vi konkret gøre anderledes?	
Hvordan vil vi arbejde med det i praksis?	

Noter:

Copyright Bergman Smit Training © Kick-ass service

WAUW-OPLEVELSER HOS JER

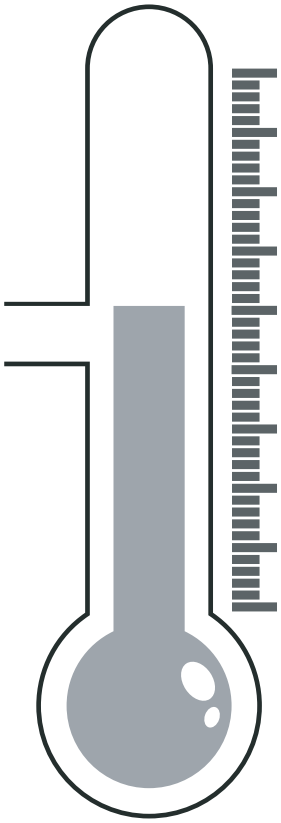
Når vi hjælper virksomheder med at skabe WAUW-oplevelser, så gør vi det på følgende måde:

1. Sæt jer sammen i afdelingen eller i virksomheden.

2. Tal først om jeres produkt, service og pris. Har vi styr på basis?

3. Lav en brainstorm på WAUW-oplevelserne. Spørg hinanden: ”Hvordan kan vi skabe endnu bedre oplevelser (ting vi ikke gør i dag) for vores kunder?” Tænk her i **uventede** og **personlige** oplevelser, der skaber en **følelse** hos jeres kunder.

4. Sortér i oplevelserne i forhold til kategorierne:
   1) Hvorfor har vi ikke tænkt på det før? Det gør vi i morgen.
   2) God idé. Vi skal lige tænke over, hvordan vi kan gøre det? Jeres leder har bolden på denne idé.
   3) God idé på den lange bane. Find en tovholder som skal arbejde videre med ideen.
   4) Denne idé sparker vi til hjørne lige nu.



WAUW-OPLEVELSER

FØLELSER

UVENTET

PERSONLIG

NULPUNKTS-OPLEVELSER

SERVICE

PRIS

PRODUKT

ØV-OPLEVELSER

Noter:

Copyright Bergman Smit Training © Kick-ass service

SÅDAN SKABER DU WAUW- OPLEVELSER I HVERDAGEN.

Du har i bogen fået 14 genveje, tips og værktøjer, som du kan kopiere direkte og bruge i dit møde med kunderne.

Der er kun et problem.

Du kan umuligt arbejde med alle 14 på én gang.

Uanset hvor gode intentioner du har, så er det ganske umuligt. For vi kan kun arbejde med **en-to adfærdsændringer ad gangen.**

Så start med at kigge på de 14 områder, og vælg fx to, som du vil starte at arbejde med, og hav kun fokus på disse områder.

For al ændring kræver et øget fokus.

Og det er dit fokus, der i sidste ende gør, at du får indarbejdet en ny vane eller rutine.

Du kan evt. have en gul post-it på dit skrivebord, så du konstant bliver mindet om dine to fokusområder.

Og her er det vigtigt, at du skriver det, **du skal gøre**, i stedet for det, du ikke skal gøre.

For langt de fleste af os motiveres af det, vi vil opnå ved at ændre en vane.

Så udfyld handlingsplanen på næste side og fortæl gerne dine kolleger og leder om dine mål.

Noter:

Copyright Bergman Smit Training © Kick-ass service

KICK-ASS SERVICE

4H Handlingsplan

HVAD er dit fokusområde?	**HVORFOR** er fokusområdet vigtig?	**HVORDAN** vil du gøre det?	**HVORNÅR** Deadline