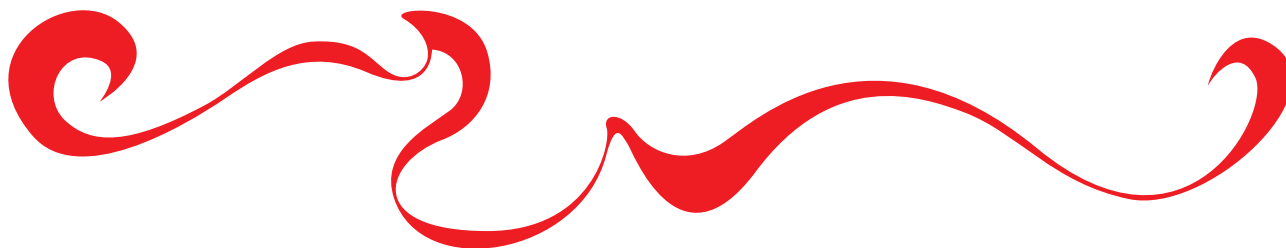


Par Laba Servisa Mēnesi



Kas ir „Labs Serviss”?

Labs Serviss ir projekts, kas aizsākās pirms septiņiem gadiem, Latvijā notiek jau ceturto gadu un pašlaik norisinās visās trijās Baltijas valstīs. Projekta misija ir aicināt uzlabot klientu servisa līmeni Latvijā, aicinot uzņēmumus un organizācijas domāt par kvalitatīvu servisu, nostiprināt darbinieku motivāciju, kā arī celt apkalpošanas speciālistu zināšanu līmeni un profesijas prestižu kopumā.

Ko mēs darām?

Projekta galvenās aktivitātes ir kampaņa „Uzslavē labu servisu” katru gadu martā, kā arī konferences Laba Servisa Dienas - pavasarī un rudenī. Regulāri izsūtām arī Laba Servisa ziņu lapu ar apkalpošanas jomas jaunumiem un tajā ievietot savu aktuālo informāciju var jebkurš apkalpošanas uzņēmums. Tāpat arī un rīkojam korporatīvās apmācības uzņēmumiem.

Kampaņas „Uzslavē labu servisu!” mērķi:

1. Uzņēmumu iespēja parādīt sevi - klienti redz, ka uzņēmumam rūp labs serviss.
2. Iespēja nostiprināt apkalpošanas jomas darbinieku motivāciju.
3. Iespēja saņemt pozitīvu atgriezenisko saiti un celt apkalpošanas speciālistu profesijas prestižu.

Kampaņas norise

Līdz februāra vidum uzņēmumi pieteicās kampaņai un izvēlējās sev piemērotāko atribūtiku (dažāda veida plakātus, nozīmītes, voblerus, uzlīmes u.c. ar Laba Servisa simboliku). Līdz marta sākumam izvēlētā atribūtika tiek piegādāta apkalpošanas vietās un Laba Servisa Mēnesis var sākties! No 1.līdz 31.martam jebkurš sabiedrības loceklis tiek aicināts uzslavēt labu servisu - paust savu uzslavu par labo apkalpošanu jebkurā apkalpošanas vietā. Uzslavas tiek vāktas pa šādiem kanāliem: mājaslapas www.labsserviss.lv aptaujas formā, pa e-pastu info@labsserviss.lv un pa informatīvo tālruni 1180, kā arī aptaujas kastēs pašās apkalpošanas vietās. Jāpiebilst, ka tas nav „kvalitatīvs” vērtējums - tā ir „kvantitatīva” uzslavu vākšana un pozitīvas attieksmes kultivēšana sabiedrībā!

Kā sabiedrība uzzina par kampaņas norisi?

Primārais avots, kā klienti uzzina par kampaņu „Uzslavē labu servisu”, ir paši uzņēmumi, kuros atrodas Laba Servisa atribūtika. Projektam tiek veidota arī plaša reklāmas kampaņa - vides reklāmas plakāti, baneri internetā (LETA, ZL, draugiem, CV-Online, biznesam.lv un daudzās kampaņas dalībnieku mājaslapās), reklāmas rullīši visu marta mēnesi parādīsies arī uz videoekrāniem lielveikalos, mikroautobusus un veikalos skatlogos. Tāpat arī sadarbojamies ar dažādiem drukātajiem medijiem, 27.februārī notiks preses konference Rīgas Domē, jo arī Rīgas Dome ir viens no mūsu atbalstītājiem. Informējam sabiedrību visos iespējamajos veidos!





Kas notiek pēc tam?

Laba Servisa Mēnesim seko konference Laba Servisa Dienas VII, kas šogad notiks 2.un 3. aprīlī Reval Hotel Latvija. Uzslavas līdz konferencei tiks apkopotas, saskaitītas un desmit uzslavētākās apkalpošanas vietas tiek sveiktas konferences noslēgumā - saņemot atzinības rakstu, īpašo uzlīmi „Klienti mūs uzslavē”, ar ko lepoties visu gadu, kā arī balvas no mūsu partneriem. Savukārt pati konference notiek divas dienas - 2.aprīlī veltīsim klientu servisa darbiniekiem, bet 3.aprīlī - klientu servisa darbiniekiem. Konferences tēmas ir aktuālas visdažādāko jomu apkalpošanas uzņēmumiem, jo mēs cenšamies to saturu veidot maksimāli iedvesmojošu, saistošu un vienlaikus praktiski pielietojumu.

Kampaņa „Uzslavē labu servisu!” uzņēmumā:

▪ Kāpēc ir svarīgi par to runāt ar kolēģiem, vadību, darbiniekiem?

Dažkārt uzņēmums nolemj piedalīties kampaņā, taču darbinieki pat īsti nezina, kāpēc viņiem, piemēram, pie letes atrodas plakāts ar aicinājumu uzslavēt. Lai kampaņa „Uzslavē labu servisu!” patiesi atstātu pozitīvu iespaidu uz Jūsu uzņēmuma ikdienas darbu, iekšējo klimatu un attiecībām ar klientiem, ikvienam uzņēmuma darbiniekam ir jāzina, kas ir Laba Servisa Mēnesis un kāpēc tas notiek.

▪ Ko kampaņa nozīmē darbiniekiem?

Ja darbinieki ir informēti par kampaņas norisi un būtību, viņi zina, ka šajā mēnesī klienti viņiem pievērsīs īpašu uzmanību, un apzināti vai neapzināti piedomā pie tā, kāds iespaids tiek radīts. Līdz ar to kampaņa darbojas kā labs motivators apkalpošanas līmeņa celšanai un pozitīvas attieksmes veicināšanai. Darbinieku tas stimulē paturēt prātā, kādu papildus vērtību viņš varētu sniegt klientam līdz ar pašu precī vai pakalpojumu, kā pārsniegt klienta gaidas un sagādāt pozitīvu pārsteigumu, jo pozitīvu novērtējumu vēlamies mēs visi. Darbiniekam smaids vai kāds labs vārds neko nemaksā, taču ieguvējas ir visas puses - klients, pats darbinieks un arī uzņēmums kopumā, jo klientam šeit bija patīkami iepirkties un viņš vēlēsies atgriezties.

▪ Ko kampaņa nozīmē klientiem?

Klients, jau ienākot apkalpošanas vietā un ieraugot Laba Servisa atribūtiķu, redz aicinājumu sniegt pozitīvas atsauksmes, līdz ar to lielākā uzmanība tiks pievērsta tam - vai man šai vietā ir, ko uzslavēt? Pašreizējos ekonomiskajos apstākļos klients ir ļoti „izlutināts” un pozitīvas lietas pieņem par pašsaprotamām, līdz ar to pievēršot uzmanību un paužot skaļi tikai negatīvās atsauksmes. Dalība kampaņā klientam rada iespaidu, ka uzņēmums piedomā par sniegtā servisa kvalitāti un mudina sniegt pozitīvas atsauksmes.

▪ Ko kampaņa nozīmē uzņēmumam?

Daudzi uzņēmumi, pirmo reizi dzirdot par kampaņu, uzskata to par sacensību, konkursu vai akciju, kas prasa lielus materiālus un laika ieguldījumus. Vēlamies uzsvērt, ka „Uzslavē labu servisu!” drīzāk ir sociāla kampaņa un tās mērķis nav kāds kvalitatīvs vērtējums. Tā vietā mēs vēlamies pakāpeniski pieradināt uzņēmumus, to darbiniekus un pašus klientus piedomāt par labu servisu un pozitīvu domu apmaiņu ikvienā saskarsmes procesā. Tā kā šogad pirmo reizi mēs vāksim uzslavas nevis par visu uzņēmumu kopumā, bet gan par konkrētām apkalpošanas vietām, uzņēmuma ietvaros ir iespēja rīkot arī savu iekšējo konkursu starp filiālēm vai veikaliem, tādējādi vēl vairāk stimulējot darbinieku vēlmi iesaistīties un kļūt labākiem. Apkalpošanas kultūra Latvijā lielā mērā ir atkarīga tieši no klienta attieksmes un aicinājums sniegt pozitīvu vērtējumu ir labs sākums!