

Wat is deze workshop?

- aanspreken, eerste stappen voor concrete actie zetten
- interactief, dus ook actie!
- verhouding boodschap/humor: 66/33
- duurt 2 tot 4 uur
- aantal deelnemers: onbeperkt

Onderdelen:

- interactieve brainstorm wegjaagtechnieken
- beschrijving D/D+/D++concept
- inventarisatie verbeterpunten + plan

Contact:

Guido Thys

hemzelf@guidothy.nl

Hobrede 9

1477 EH Hobrede

06-12828389

www.guidothy.nl

Dit is de meest succesvolle workshop van Guido Thys. Ze betekent gegarandeerd een uur entertainment van het hoogste gehalte. Maar tegelijk realiseren de deelnemers zich dat ze eigenlijk lachen om zichzelf en de “kleine details” waar ze steken bij laten vallen.

De sessie leidt tot de conclusie dat iedereen –ongeacht de functie– voor minstens twee derden persoonlijk en hoofdelijk verantwoordelijk en aansprakelijk is voor de waarde die klanten van het bedrijf/de organisatie verwachten.

Dit bereiken we aan de hand van de “Doosjes-theorie”: naast het product of de dienst verwachten klanten ook dat het hen makkelijk gemaakt wordt en ze een “plezante” (van plaire – elkaar het leven aangenaam maken) beleving meemaken.

Omdat de meesten onder ons denken dat we alles over klantwaarde al wel weten en er niet iemand met een belerend vingertje op het podium hoeft te staan, beginnen we met een compleet omgekeerde en onverwachte benadering. We gaan er namelijk van uit dat klanten eigenlijk etters zijn die ons van ons eigen werk afhouden. We stellen ons voor wat er gebeurt wanneer we de klanten navenant zouden behandelen. We brainstormen rond een aantal vooraf afgesproken aandachtsgebieden en wat blijkt? Iedereen blijkt de wegjaagtechnieken maar al te goed te kennen.

Deze workshop is geschikt voor iedereen, ook diegenen die denken geen klantcontacten te hebben (want zij hebben natuurlijk interne klanten). Door het feit dat de aandachtspunten aan de organisatie worden aangepast en de zaal zeer actief meewerkt, is de workshop gegarandeerd maatwerk. Er is geen bovengrens aan het aantal deelnemers (nou ja, vanaf 1.500 moeten we speciale maatregelen nemen)

Na deze workshop heeft uw publiek:

- een globaal idee gekregen van de verschillende soorten verwachtingen die klanten hebben;
- het besef gekregen dat vele aspecten van klantwaarde uit een mozaïek van kleine elementen bestaat en dat zij een cruciale rol spelen bij het tot stand komen ervan;
- een onderhoudende sessie achter de rug, waarvan zij een aantal trefwoorden nog lang zullen gebruiken.