

agnesgunnars@gmail.com, s: 8405710

Grein byggð á MSc ritgerði í stjórnun, vor 2007

Auðbjörg Agnes Gunnarsdóttir

Birting í vef-Dropanum 12. Janúar 2010



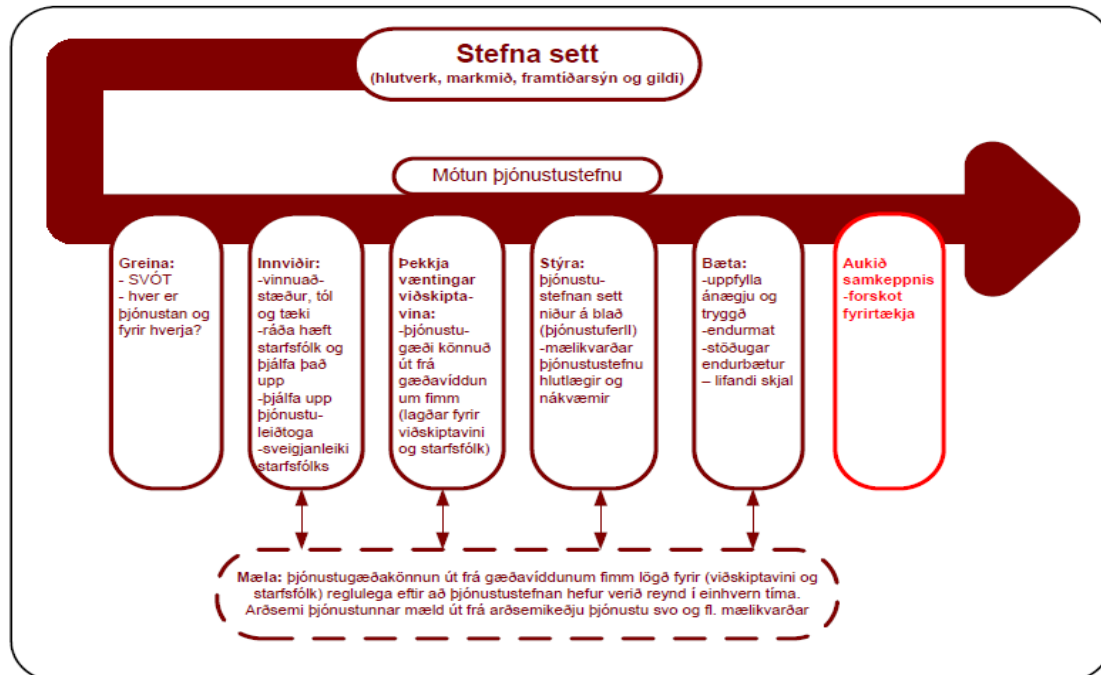
Rauði þráðurinn

Mótun þjónustustefnu í átt að auknu samkeppnisforskoti

Viðskipti í nútímanum eru ekki þau sömu og áður fyrr. Fyrr á öldinni þekkti kaupmaðurinn á horninu flesta viðskiptavini sína. Hann kom iðulega fram til að heilsa upp á viðskiptavini sína er þeir versluðu og hann vissi hvað hver og einn vildi og hverjar þarfir þeirra voru. Í dag er einblínt á viðskiptavini í stórum stíl til að ná fram stærðarhagkvæmni en þar með vill hin persónulega þjónusta gleymast og hverjar þarfir viðskiptavinar eru. Eftir því sem vörur verða áþekktari eykst samkeppnin og fyrirtæki og sveitarfélög verða að hugsa til annarra þátta til að halda í við viðskiptavini. Þar kemur að þætti gæða í þjónustu, sem sé að veita hverjum og einum viðskiptavini ákveðna upplifun þannig að hann upplifi persónulega þjónustu. Til að gæði í þjónustu geti myndast verða fyrirtæki að vera með skýra stefnu, sem endurspeglar í þjónustustjórnun og við mótun þjónustustefnu þeirra þarf að fylgja ákveðnum rauðum þræði. Með þeim hætti er hægt að auka skilvirkni í starfsemi fyrirtæka og auka samkeppnisforskot þeirra.

Í MSc ritgerðinni Rauði þráðurinn, mótun þjónustustefnu í átt að auknu samkeppnisforskoti eru dregnar saman helstu kenningar og rannsóknir í mótun þjónustustefnu í líkan sem ber heiti ritgerðarinnar. Líkanið endurspeglar að þjónustan er rauði þráðurinn í starfsemi þjónustufyrirtækja, stofnana og sveitarfélaga (sjá mynd hér að neðan). Líkanið lýsir því hvernig þjónustan þarf að vera í sífelldri endurskoðun og mati til að uppfylla væntingar viðskiptavina.

[Type text]



Rauði þráðurinn – mótun þjónustustefnu í fyrirtækjum

Eins og sést á myndinni verður þjónustustefnu að vera í takt við heildarstefnu fyrirtækisins og byggir á fimm þáttum:

- **Greina** – fyrirtæki þurfa að greina markaðinn sem það starfar í, skilgreina hvaða þjónustu er boðið upp á og greina vel markhópana sem þjónustan á við.
- **Innviðir** – innri aðstæður fyrirtækis eru skoðaðar úr frá ýmsum þáttum eins og vinnuaðstæðum. Tæki og töl eru uppfærð ef þarf, hæft starfsfólk ráðið og þjálfað upp og áhersla lögð á sveigjanleika þeirra. Einnig eru sérstakir þjónustuleiðtogar þjálfaðir sem hvetjandi afl í þjónustuferlinu.
- **Þekkja væntingar viðskiptavina** – kanna gæði þjónustunnar með því að mæla væntingar viðskiptavina og leggja fyrstu drög að þjónustustefnu fyrir viðskiptavini og starfsfólk.
- **Stýra** – stefna og ferlar skráðir og þjónustugæði mæld. Hér þarf að leggja áherslu á að þjónustustefnan sé hlutlæg og nákvæm.
- **Bæta** – stöðugt þarf að bæta þjónustustefnuna og líta á hana sem lifandi skjal sem er stöðugt í mótun. Markmiðið með þjónustustefnu er einnig að gera viðskiptavini ánægða og tryggja sem leiðir til aukins samkeppnisforskots.

Þegar fyrstu þrjú þættirnir liggja fyrir er hægt að fara að vinna að því að stýra og bæta þjónustuna í átt að auknu samkeppnisforskoti á markaði.

Mótun þjónustustefnu í fyrirtæki hentar öllum stærðum og gerðum fyrirtækja sem bjóða upp á þjónustu. Taka þarf margar ákvarðanir í mótunarferlinu þannig að vel takist, allt frá þjálfun starfsfólks að endurbættu útliti t.d. þjónustuborðs. Fyrirtæki eru aldrei búin að próa endanlega þjónustustefnu en

agnesgunnars@gmail.com, s: 8405710

Grein byggð á Msc ritgerði í stjórnun, vor 2007

Auðbjörg Agnes Gunnarsdóttir

Birting í vef-Dropanum 12. Janúar 2010

einhvers staðar þarf að byrja og halda þarf rauð þræðinum til enda þannig að vel til takist. Fyrirtæki, sem starfa í virku samkeppnisumhverfi, þurfa að hanna þjónustustefnu sem er sífellt í endurskoðun.

Greinin var aðlöguð að efni Dropans.

Auðbjörg Agnes Gunnarsdóttir

Msc í stjórnun

agnesgunnars@gmail.com

[Type text]