

Wat we kunnen leren van Mickey: over klantgerichtheid, beleving en kwaliteit

22 januari 2015

Wat als ons kompas richting de “klant” wijst, en niet naar het eigen team of organisatie?
Hoe krijg ik medewerkers betrokken in constante en consequente kwaliteitsverbetering?
Welke 12 vragen zou u zich elke dag moeten stellen?
Welke elementen in de werking verdienen “overmanagement”?
Wat als medewerkers de autonomie zouden hebben om “ja” te zeggen?
Hoe voelt het om “on stage” te staan, en de rol te spelen die de klant van ons verwacht?
En wat verwachten klanten eigenlijk?
Wat als onze klanten “fans” zouden zijn? (“Joepie, morgen naar het CLB...”)

De vergelijking met Disney is een verhaal van “adapt, don’t adopt”. CLB’s zijn immers (en gelukkig maar...) geen pretparken.

Het verkennen van de cultuur en managementsystemen van een wereldwijde leider op het vlak van klantservice, innovatie en beleving kan ons echter wel inspireren om met een volledig andere bril naar de eigen werking te kijken. Om onze eigen identiteit en “merkbeloofte” te herontdekken, en bewust te kiezen voor een welbepaalde richting in onze integraal HRM- én kwaliteitsbeleid.

Tom Vandooren volgde én organiseerde diverse seminars en masterclasses met Fred Lee (If Disney ran your Hospital), en “verdiende zijn oren” bij Disney Institute, waar hij de opleidingen “Business Excellence” en “Quality Service” volgde. Hij begeleidt u graag in de ontdekkingstocht naar én vertaalslag van een Amerikaanse Commerciële Gigant naar uw realiteit...