

HÄLSOKOLL för kundmötet

Om Uniguide

Genom att kombinera konsultens roll med konkreta tjänster tillgodoser vi företags och kunders **behov av att kommunicera med varandra**. Det är det vi gör. Det är vår **affärsidé**. Ambitionen är att vara en aktiv samarbetspartner som bidrar till att stärka varumärken, skapa lojala kunder och öka lönsamheten.

Vårt tjänsteutbud täcker in allt från traditionella callcentertjänster som telefonpassning, kundtjänst och telemarketing till hantering av sociala medier, administration av kundklubbar, kundvårdande aktiviteter och utbildning. **Dygnet runt, årets alla dagar.**

Varför ska ett företag satsa på god kundservice? Svaret är enkelt; för att behålla befintliga kunder och locka till sig nya.



Vad säger våra kunder?

Vi på Djurgården Hockey har nu haft Uniguide som partner i fem år och det har fungerat utmärkt. Genom att ta hand om våra inkommande samtal på ett smidigt och trevligt sätt sparar vi mycket tid och kraft. Den tiden kan vi istället lägga på service till företags- och privatkunder samt till alla våra medlemmar.

Vi har en god relation och jag kan starkt rekommendera Uniguide och deras tjänster!

Stefan Traav
Djurgården Hockey AB



Hur skulle du kunna möta din kunder ännu bättre?

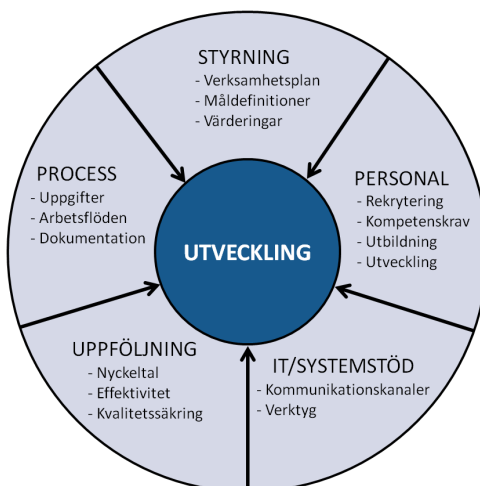
HÄLSOKOLLEN började som ett första steg när vi inledde större samarbeten med nya kunder. Sen har vi utvecklat den till en workshop modell som vi tror alla har nytta av. Hur möter man egentligen sina kunder i olika medier och kommunikationskanaler? Hur har man organiserat sig? Hur lever man upp till sina värderingar?

Vad är HÄLSOKOLLEN?

Hälsokollen genomförs under en 2 timmar lång workshop är vi tillsammans går igenom ett antal frågeställning kring hur man idag jobbar med kundservice och hur man egentligen möter sina kunder.

Syfte

Syftet med workshopen är att utifrån ett externt perspektiv bidra till en både en ökad förståelse för den egna verksamheten och en större insikt i vad som händer i omvärlden. Målet är att på ett effektivt sätt skapa goda förutsättningar för ett fortsatt och hållbart utvecklingsarbete i sin kundserviceverksamhet.



Vad gå vi igenom?

Verksamhetsstyrning

- Vilka mål arbetar man mot? Hur transparenta är målen för kundservice med företagets övergripande mål. Finns det värderingar som präglar verksamheten?

Personal

- Hur arbetar man med rekrytering? Vilka är kompetenskraven? Vilken utbildning får kommunikatorerna?

Process

- Vilka aktiviteter och arbetsuppgifter utförs? Hur utför man dem? Vad finns dokumenterat?

Uppföljning

- Vilka nyckeltal används? Följer man upp effektivitet? Hur kvalitetssäkras kundkommunikationen?

IT/Systemstöd

- Genom vilka kanaler kommunicerar man? Vilka utmaningar upplevs? Vilka verktyg har man (CRM-system, möjlighet att notera aktiviteter/tid etc.)?