

NOVAS ABORDAGENS AO MERCADO/ALTERAR ABORDAGENS PARA FOCAR NOVAS NECESSIDADES

Cliente: Agência de Publicidade
Indústria: Publicidade
Foco: Avaliação e Desenvolvimento da Liderança
Programa base: Dois programas customizados de Gestão e Liderança
Outras aplicações: Componentes do Social Styles e Avaliação de 360 graus

PROBLEMA

Uma das maiores Agências de Publicidade a nível mundial pretendia alterar a sua abordagem ao Mercado para enfrentar os crescentes problemas associados com o aumento da concorrência. O novo Presidente desta Companhia pretendia alterar a abordagem do Serviço ao Cliente para uma abordagem que sublinhasse a necessidade de relações de longo prazo com os Clientes. Assim, as decisões deveriam ser tomadas ao nível mais próximo do Cliente, e não de forma hierárquica e descendente. Para alterar esta abordagem e conseguir o seu sucesso era necessário aumentar o poder e responsabilidades de mais de 2,000 Colaboradores, para que estes corressem os riscos apropriados e alterassem as suas expectativas de trabalho, bem como estilos de trabalho, para reflectirem as necessidades dos seus Clientes.

A SOLUÇÃO

A Wilson Learning desenvolveu dois workshops totalmente customizados em competências de Gestão e Liderança, comunicando as alterações de cultura e resultando na mudança de papéis dos Executivos da Organização. A solução envolveu componentes de coaching e definição de objectivos, além de componentes chave dos Estilos Sociais. A solução reflectiu assim a visão de futuro da Companhia, bem como as estratégias de Liderança para levar a cabo essa visão. Cada aspecto do treino reflectiu ainda a Cultura da Companhia e dos seus Clientes, englobando a experiência das equipas de vendas. Antes do Treino, a Wilson Learning aplicou uma avaliação de 360 graus que resultou na revisão individual dos resultados de cada participante e no aconselhamento das técnicas para melhorar a Performance.

Como resultado, os Líderes da Companhia lançaram com sucesso a nova Visão, criando uma linguagem e um contexto comum para a discussão da estratégia e visão de serviço a Cliente da Companhia.

Cliente: Holding de Empresas Químicas Internacionais
Indústria: Química
Foco: Serviço a Cliente
Ferramenta base: Customer Satisfaction Orientation Profile

PROBLEMA

Uma Holding de Companhias da Indústria Química estava a enfrentar períodos de mudança dramáticos e em diversas frentes. As mudanças centravam-se principalmente na alteração de direcção estratégica, práticas e estrutura de gestão, práticas operacionais e procedimentos de produção – tudo isto para aumentar a capacidade de resposta das diversas Operações às necessidades do Cliente. Após a implementação destas mudanças, a Equipa de Gestão pretendia avaliar o impacto que as iniciativas tiveram sobre a percepção, atitude e grau de alinhamento das Empresas com a Satisfação do Cliente. Nesse sentido, a Companhia pretendia obter informação em duas áreas principais: Benchmark da Satisfação do Cliente face aos aspectos mais importantes das Empresas e áreas de maior preocupação do Cliente e Informação sobre as áreas fortes e necessidades do Cliente para concentrar esforços de melhoria em áreas de grande impacto.

A SOLUÇÃO

A Wilson Learning desenvolveu então uma ferramenta de avaliação de Satisfação do Cliente, composta por 45 itens de resposta relativos a cinco aspectos específicos do Serviço ao Cliente. Os respondentes: 100 indivíduos seleccionados de quatro grupos de produtos. Os dados foram analisados para determinar a satisfação global dos Clientes face a esses grupos de produtos, bem como para analisar a satisfação face a aspectos específicos dos Representantes de Serviço.

Os resultados do Survey de Satisfação do Cliente foram apresentados à Organização e Gestores de cada País, no sentido de serem definidas medidas de melhoria e planos de acção. Os vários países organizaram-se de forma a discutirem acções de planeamento baseadas nos resultados dos Surveys. Agora, as Companhias tinham dados concretos e reais para poderem eficazmente avaliar e desenvolver planos de acção de Melhoria da Performance Global, tendo por base um alinhamento de procedimentos e práticas que permitiram uma melhor Satisfação do Cliente, tanto ao nível dos Produtos como ao nível das práticas dos Representantes de Serviço.

NOVAS ABORDAGENS AO MERCADO/ALTERAR ABORDAGENS PARA FOCAR NOVAS NECESSIDADES

Cliente: Companhia de Telecomunicações
Indústria: Telecomunicações
Foco: Quota de mercado e Satisfação do Cliente
Programa base: Coaching
Outras aplicações: Desenvolvimento e avaliação de Competências

PROBLEMA

Esta empresa fornecedora de Soluções de Telecomunicações procurava capitalizar sobre as oportunidades de crescimento global, recuperar a quota de Mercado, reverter a insatisfação dos Clientes e aumentar a velocidade de reposta face às tecnologias e pressões competitivas, desenvolvendo as competências dos seus executivos. Esta Companhia pretendia desenvolver um ambiente de Operações de Elevado Desempenho de forma a conquistar os seus objectivos e estratégias globais, incluindo uma transformação cultural alargada.

A SOLUÇÃO

Através da análise de competências e de uma ferramenta de avaliação de 360 graus, a Wilson Learning iniciou um processo de Coaching a mais de 100 Executivos da Organização e providenciou a interpretação do feedback e criação de planos de desenvolvimento. Além do coaching nas competências cruciais para o sucesso da Organização, a Wilson Learning providenciou sessões de feedback entre os Executivos e os seus Colaboradores directos para uma partilha do feedback dos Executivos e dos seus planos de acção, com o objectivo facilitar as competências e valores por toda a Organização.

As sessões de coaching ajudaram os Executivos na entrega e operacionalização da Visão dentro da Companhia. Como resultado colateral, os Executivos compreenderam as suas forças e áreas de melhoria, além de aprenderem formas de avaliar a aprendizagem para melhorarem as suas competências. O processo de feedback ajudou-os a ultrapassar obstáculos específicos das regiões e questões funcionais, implementando assim a Mudança Organizacional. O mesmo processo ajudou ainda os Executivos a identificarem formas de colaboração na Organização e a reunir equipas que abordem directamente os desafios inerente à colaboração intra-companhia.

Cliente: Companhia Ferroviária da Califórnia do Sul
Indústria: Transportes Ferroviários
Foco: Aumentar Capacidade de Resposta ao Cliente
Programa base: Signature Service

PROBLEMA

A Metrolink, a 6ª maior Empresa de Transportes Ferroviários na Califórnia do Sul, pretendia aumentar a sua capacidade de resposta às pressões e exigências do Mercado e aumentar a sua capacidade de diferenciação – Serviço ao Cliente. Uma viagem de sucesso para o passageiro não depende apenas da funcionalidade do Comboio e Linhas ferroviárias. O papel das Pessoas de 1ª linha (aquelas que interagem individualmente com os Clientes) é crucial para o sucesso de uma viagem. São estas Pessoas que ajudam os passageiros a encontrar objectos perdidos, a localizar pessoas e a ajudar os passageiros a encontrarem o seu "caminho", a auxiliarem a leitura das mensagens de partidas e chegadas, entre muitas outras actividades. Apesar da óptima qualidade do Serviço a Cliente desta Companhia ferroviária, a Metrolink pretendia melhorar ainda mais as capacidades dos seus Operadores de 1ª Linha.

A SOLUÇÃO

A Wilson Learning propôs uma solução de Signature Service a ser implementada junto de todos os Colaboradores de 1ª Linha da Companhia, desde coordenadores de transportes, especialistas de serviço a passageiros, representantes de serviço, operadores de call centres, gestores, etc. A solução incorporou um workshop de dois dias que ambicionava implementar as ferramentas e desenvolver as competências certas para melhorar o Serviço a Cliente, desenvolvendo uma mentalidade de preocupação pelo Cliente e cultivando a Lealdade do mesmo.

O resultado traduziu-se na consciencialização da importância de ter um Cliente informado e confortável, através de um serviço de excelência. Segundo a Directora de Recursos Humanos da Companhia, "É apenas através da qualidade, inovação e capacidade de resposta, como valores centrais da Cultura da nossa Organização, que podemos aumentar a nossa capacidade competitiva e diferenciadora face ao mercado."

Algumas citações de Participantes no programa:

"Ajudou-me a solucionar problemas mais rapidamente e numa forma mais profissional. Também me faz sentir uma pessoa melhor quando sou capaz de responder aos pedidos dos nossos Clientes." Representante de Serviço a Cliente.

"Pessoalmente, mudou a minha forma de comunicar com os outros. Agora sou capaz de fazer com que os Clientes entendam o que eu digo e estou mais interessado em ouvir o que eles têm para me dizer." Representante do Call Centre.

"A chave é estarmos acessíveis. O programa ajudou-me a recuperar Clientes perdidos." Coordenadora de Transportes.