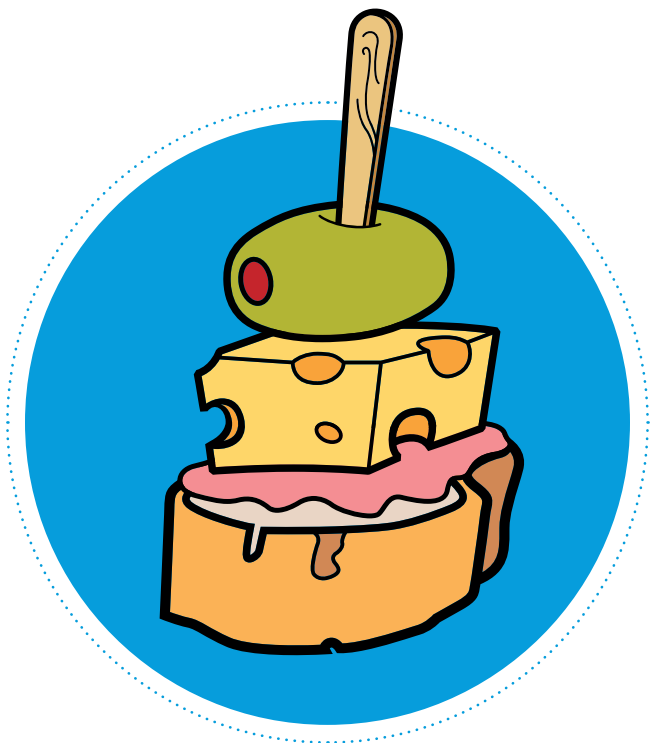


skvělé SLUŽBY

Jak dělat služby, které vaše zákazníci nadchnou



skvělé **SLUŽBY**

Jak dělat služby, které vaše zákazníky nadchnou

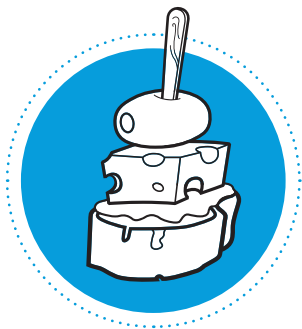
Adam Hazdra

Kateřina Jiřinová

Lukáš Kypus

Veronika Harazínová

Vojtěch Lunga



Grada Publishing, a.s.
Praha 2013

Všechna práva vyhrazena. Žádná část této tištěné či elektronické knihy nesmí být reprodukována a šířena v papírové, elektronické či jiné podobě bez předchozího písemného souhlasu nakladatele. Děkujeme za pochopení.

Kniha vyšla díky podpoře Jihomoravského inovačního centra (JIC), které je předním poskytovatelem služeb v oblasti podpory inovačního podnikání ve střední Evropě. Posláním JIC je pomáhat lidem tvořit firmy, které mění svět. Více na www.jic.cz. Děkujeme!



**Adam Hazdra
Kateřina Jiřinová
Lukáš Kypus
Veronika Harazínová
Vojtěch Lunga**

SKVĚLÉ SLUŽBY

Jak dělat služby, které vaše zákazníci nadchnou

TIRÁŽ TIŠTĚNÉ PUBLIKACE:

Vydala Grada Publishing, a.s.
U Průhonu 22, 170 00 Praha 7
tel.: +420 234 264 401, fax: +420 234 264 400
www.grada.cz
jako svou 5122. publikaci

Odpovědná redaktorka Mgr. Martina Němcová
Grafická úprava a sazba Vojtěch Lunga
Počet stran 160
První vydání, Praha 2013
Vytiskly Tiskárny Havlíčkův Brod, a.s.










© Grada Publishing, a.s., 2013
Cover Design © Vojtěch Lunga

ISBN 978-80-247-4711-8

ELEKTRONICKÉ PUBLIKACE:

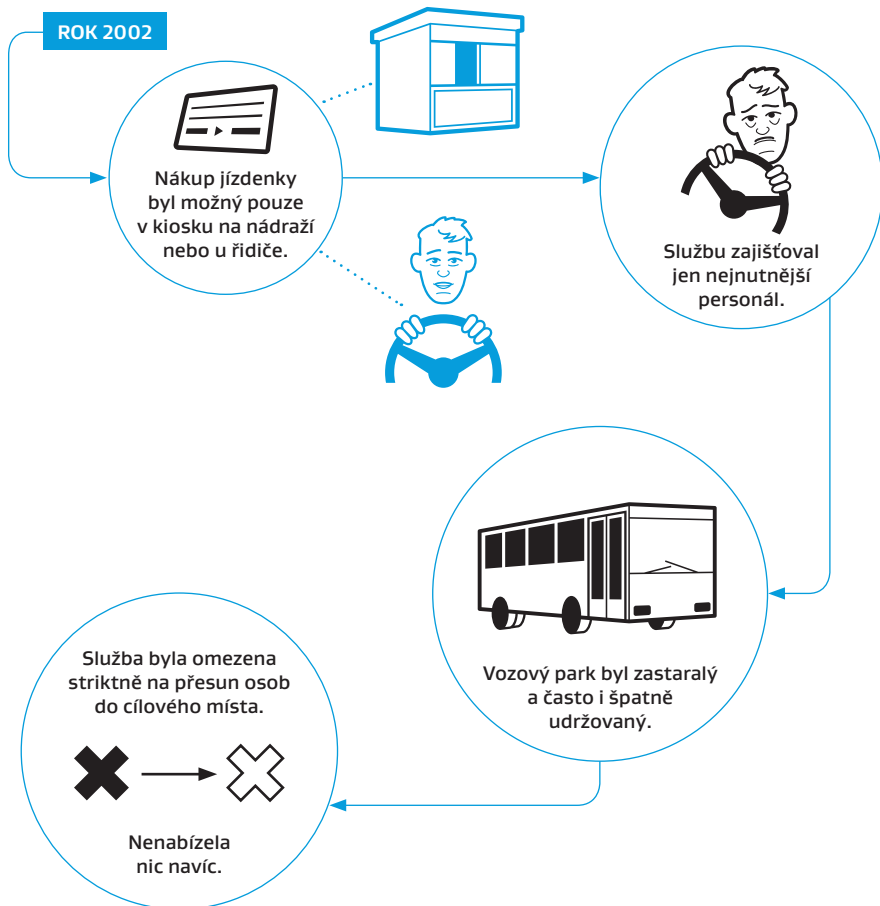
ISBN 978-80-247-8457-1 (ve formátu PDF)
ISBN 978-80-247-8458-8 (ve formátu EPUB)

CO VÁS ČEKÁ?

Proč kniha o službách v Česku?	11
Káva, megafon a digitální domorodci	19
Jak vypadá skvělá služba?	37
Co je design služeb?	57
Lepší služby krok za krokem	67
Puště se do toho!	83
Devět nástrojů pro zlepšování služeb	89
 Persony	92
 Safari službou	98
 Deníky	104
 Business Case	110
 Lean Canvas	116
 Mapa kontaktních míst	124
 Metoda bi-zón	130
 Prototypování	136
 Cesta službou	142
Kdo pro vás knihu napsal?	148
Bez vás by to nešlo	152
Inspirace	156
Poznámky	159

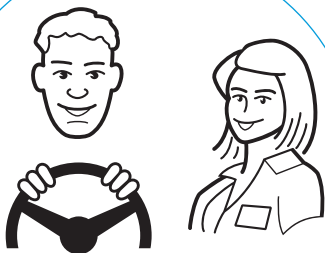
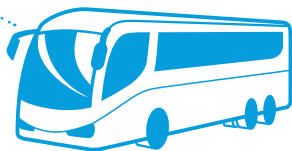
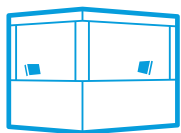
Každá služba může být *skvělá!*

Například i tak běžná služba, jakou je autobusová přeprava na trase Praha–Brno, může projít velkou změnou.



ROK 2013

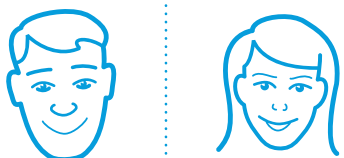
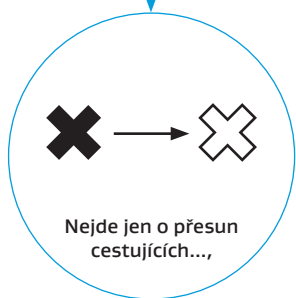
Nákup jízdenky
je možný mnoha
způsoby.



Personál
pečuje o komfort
cestujících.



Nové autobusy jsou
udržovány v bezvadném
stavu.



... jde o dobrý pocit zákazníka!

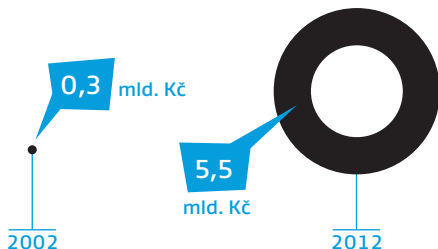
Proč?

PROČ NABÍZET SKVĚLÉ SLUŽBY?



Pro dobrý
pocit...

Nebo prostě pro peníze!



Konsolidovaný obrát Student Agency,
provozovatele autobusové přepravy.

Jak?

JAK VYTVOŘIT SKVĚLOU SLUŽBU?



Skvělá služba
potřebuje plán...,



... skvělý plán!

A spoustu dalšího...



A O TOM JE TATO KNIHA!

Národní muzeum nebude jenom o expozicích, ale nabídneme multimediální koutky, muzejní obchody, kavárničky a restaurace, prostory pro rodiny s dětmi. . . Prostě budeme muzeem, kde budete chtít trávit volný čas a které bude takříkajíc „fresh“.

Michal Lukeš

ředitel Národního muzea

Proč kniha
o službách
v Česku?





SLUŽBY, KAM SE PODÍVÁŠ

Služby tvoří běžnou součást života nás všech, to asi není nic překvapivého. Málokdo si ale uvědomuje, že téměř všichni také služby poskytujeme někomu dalšímu. Podle aktuálních statistik ve službách pracuje přes 60 % Čechů a toto číslo neustále stoupá. A v zemích na západ od nás, které si často bereme za vzor, je to v této chvíli i více než 70 %.

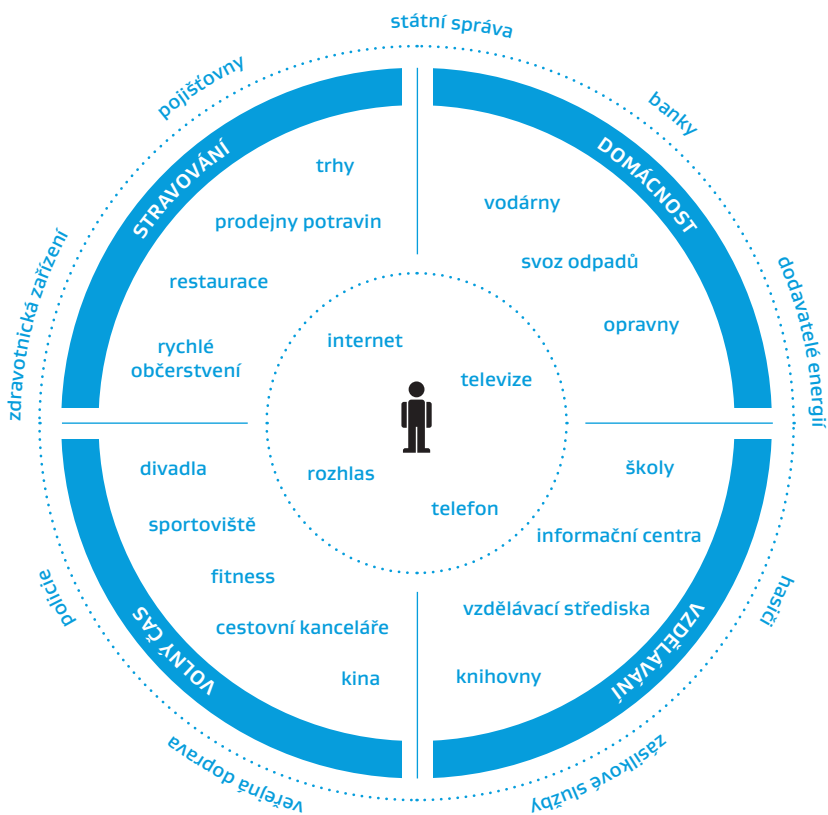
Tato kniha je proto určena každému, komu záleží na službách, které poskytuje svým zákazníkům. Je určena všem, jimž záleží také na zákaznících samotných. Našimi čtenáři proto zdaleka nejsou jen marketéři, webdesignéři, podpora, obchodníci a produktoví manažeři, kterým se starost o zákaznickou spokojenost obvykle hází na hlavu. Jsme to my všichni.

SLUŽBY V ČESKU STOJÍ ZA PENDREK, ALE SAMO SE TO NEZMĚNÍ

Také denně narážíte na fronty, nesmyslné poplatky, protivnou obsluhu, nepoužitelné webové formuláře nebo neproniknutelné automatizované telefonní linky? My také. České služby mají před sebou ještě hromadu práce.

Najdou se ale výjimky – služby, které myslí na zákazníka, vycházejí mu vstříc a dělají více, než musejí. Řadu z nich v knize popisujeme, abychom vám dodali kuráž a ukázali, že to jde. Pokud se nám společně podaří dodat inspiraci širšímu okruhu lidí, můžeme přispět k celkovému nárůstu úrovně služeb. To může ovlivnit život mnoha lidem po celém Česku.

Jaké služby tvoří váš každodenní život?



Zdroj: Anna Barková a autoři

* Pokud to nezměníte vy, udělají to vaši zákazníci

V roce 2011 rozhodl soud v Německu o tom, že poplatek za vedení úvěrového účtu je neoprávněný. Jakou službu klientovi banka za uvedenou cenu vlastně poskytuje? Žádnou, úvěrový účet slouží jen bance, ne klientovi. Právník Petr Němec, inspirován Ondřejem Hrudou z Nejvyššího soudu, který o tomto sporu publikoval článek, napsal v červnu 2012 příspěvek na svůj blog a vyzval svou banku k vrácení poplatků. Banka žádost zamítla, a tak se obrátil na soud. Brzy se případu chytla média i další klienti, což Petra Němce povzbudilo v další aktivitě. Spustil stránky www.jdeto.de, na kterých zdarma zpřístupnil vzorovou výzvu bankám pro ostatní.

„Banka ze sporu nakonec vycouvala, vše mi uhradila a poplatek mi přestala účtovat. Asi v domnění, že tím ten rozruch okolo utichne. Ale zmýlili se.“ Díky vytrvalosti médií se o případu nepřestalo mluvit a na své banky se začaly obracet další stovky spotřebitelů. Na podzim 2012 vstoupila na scénu největší česká spotřebitelská organizace TEST. V otevřeném dopise vyzvala zmíněnou banku, aby poplatky zrušila a nadále je nevybírala. Spor sice není u konce, nicméně boj za zrušení jednoho hloupého bankovního poplatku má našlápnuto k úspěšnému finiši. A můžou za to dva pánové z masa a kostí: Ondřej Hruďa, který na případ upozornil, a Petr Němec, který se pustil do boje.

MÁME VIZI: ČESKO JAKO PRŮKOPNÍK SKVĚLÝCH SLUŽEB

Jestliže jsou služby všude kolem nás, jak to, že se tak málo mluví o jejich inovacích? Denně slyšíme o různých technologických novinkách, ale co se vylepšování služeb týče, je ticho po pěšině.

V Česku je to sice stále ještě neznámé téma, ale za hranicemi už se o inovacích a designu služeb mluví několik let. Pojdme se o tom pobavit i u nás a vezměme si za příklady naše služby.

Popravdě řečeno nám recyklace stále stejných příkladů, jako je Apple nebo Amazon, už leze krkem. Na následujících stránkách vám poradíme, kudy na zlepšování služeb, ukážeme méně známé zahraniční příklady, ale především představíme spoustu podařených českých služeb.

Myslíme si totiž, že Česko má ve službách co říct.

TŘI PRINCIPY, KTERÝMI SE ŘÍDÍME

V knize se řídíme třemi zásadami, které nám dávají smysl:

1. Nevymýšlíme si a nehledáme teoretické hlavolamy. Nemá smysl se schovávat za cizí slova, kterým nikdo nerozumí. Knihu jsme založili na zkušenostech, příkladech z praxe a rozhovorech s lidmi, kteří v Česku a v zahraničí dělají špičkové služby, ať již v komerční, veřejné, či neziskové sféře.

2. Píšeme pro vás. Kniha pro knihu je k ničemu. *Skvělé služby* píšeme pro vás, proto se od začátku ptáme, co vás zajímá a co štve. Ke knize také existuje web, kde najdete blog a sekci zdrojů, kterou budeme průběžně aktualizovat. Uspořádali jsme několik setkání Service Design Meetup a další plánujeme. Přijďte diskutovat.

3. Víme, že se obor bude vyvíjet. Zaznamenat něco, co se tak prudce rozvíjí, na tak nehybné médium, jako je papír, to snad ani nedává smysl, že? I my vnímáme omezení, která s sebou přináší napsání knihy, ale vidíme nesporné výhody ve vytvoření něčeho trvalejšího. Obor se ale zase promění, takže následující text vnímejte spíše jako odrazový můstek do nového tématu, a ne jako přikázání vytesaná do kamene.

Dejte nám vědět, jak děláte služby vy, co vás štve a z čeho máte naopak radost.



Adam Hazdra



Kateřina Jiřinová



Lukáš Kypus



Veronika Harazínová



Vojtěch Lunga

Mnoho lidí si myslí, že zákazníci jsou jako autobusy, které přijíždějí pravidelně a často. To je ale velký omyl.

Michael LeBoeuf

autor knihy „*The Perfect Business*“

Káva,
megafon
a digitální
domorodci





OD PRODUKTŮ K ZÁŽITKŮM: JAK TO JE S TOU KÁVOU?

Proč zažívají služby v Česku i jinde ve světě takový rozmach? Je to tím, že se mění poptávka. Společnosti v západním světě bohatou a produkty běžné spotřeby jim přestávají stačit. Místo nich chceme více služeb a zážitků.¹ Tento trend posledních několika let se také označuje jako příchod zážitkové ekonomiky.²

Jak si zážitkovou ekonomiku představit? Vezměme za příklad něco, co známe všichni. Třeba to, jak se mění náš postoj ke kávě.

Firmy, které pěstují a prodávají kávová zrna, dostanou za kilogram surové arabiky asi 80 Kč. Jeden hrnek kávy tak vychází na jednu korunu. Málokdo z nás ale kupuje zrnkovou. Spíš jdeme do obchodu, kde najdeme kávu upraženou, namletou a zabalenou. Za tento pohodlnější přístup ke kávě pak také platíme o něco více, přibližně pět korun za šálek. Nebylo by ale jednodušší, skočit si pro dobrou kávu raději do kavárny na rohu cestou do práce? Jistě, mnoho z nás to tak dělá. Zaplatíme sice 30 korun, ale stojí nám to za to. Přípravu kávy máme bez práce a na profesionální úrovni.

Tím ale cesta kávy nekončí. Mnozí si ťukali na čelo, když do Čech dorazily zahraniční řetězce, které nabídlly kávu za dvojnásobek a více. Za kávu z automatu byste skoro stovku nikdy nedali. Ale představte si luxusní kavárnu, kde na vás dýchá klid a pohoda. Kávu vám naservírují přesně tak, jak to máte rádi. Můžete zde strávit celé dopoledne s knihou nebo počítačem v pohodlných křesílkách. Tady už nejde o kávu, ale o zážitek, který je s ní spojený.

Samozřejmě, že ne všechny služby poskytují zážitky. Lze dokonce tvrdit, že většina služeb je poskytována v rámci tzv. běžné ekonomiky v každodenním životě lidí.³ To je důležité i pro samotnou podobu služby, protože ta by měla vycházet ze znalosti její úlohy v životě zákazníků a zbytečně jim ho v mnoha případech