

Að þjóna vexti þjóðar

Atvinnulíf Íslendinga hefur á fáum árum tekið stökkbreytingu frá vexti tengdum auðlindum eins og orku og fiski yfir í að skapa veruleg þjóðarverðmæti með þjónustutengdum greinum t.d. ferðaþjónustunni. Þróun úr framleiðslu í þjónustu kallar á allt aðra færni, yfirsýn, þekkingu og áherslur starfsfólks en hefur þjónað vexti íslensks atvinnulífs hingað til.“

Guðrún Högnadóttir segir nauðsynlegt að þjálfar og þróa þjónustuvitund stjórnenda til að ala upp næstu kynslóðir starfs-



manna í íslensku þjónustusamfélagi. „Íslendingar eiga ekki langa sögu þjónustuménningar og hafa ekki endilega verið þekktir fyrir þjónustulund, þrátt fyrir

sterkan undirtón Hávamála. Við erum hins vegar þekkt fyrir að stiga inn í ný hlutverk og verkefni af fullum krafti. Rannsóknir sýna að sáttir viðskiptavinir eru sannir talsmenn fyrirtækja, eyða tvisvar sinnum meira en meðalviðskiptavinur og mæla fjórum sinnum oftar með viðskiptum við vini og kunningja (Deloitte). Viðskipti í dag byggjast að miklu leyti á umsögn annarra viðskiptavina og m.a. benda rannsóknir Adweek á að 89% þúsaldarkynslóðarinnar treysta umsögn kunningja frekar en markaðsstaðhefingum fyrirtækja.“

Guðrún segir að samkvæmt mælingum MMR sé meðal NPS-gildi (Net Promoter Score) íslenskra vinnustaða í kringum -20%. „Því miður búum við flest hér á landi við litla menntun, þjálfun og hefð þjónustumiðaðra atvinnugreina. Önnur áskorun er að við erum frekar léleg í að

bregðast við þjónustubrestum. Þegar eitthvað fer úrskeldis erum við oft feimin yfir að hafa gert mistök og skortir frumkvæði við að leita lausna. Að auki erum við oft ódugleg við að leitast við að skilja þarfir annarra.“

Guðrún segir að við þurfum að setja í forgang stefnumörkun og þjálfun á grunni þjónustu. „70% af upplifun viðskiptavina stýrast af viðmóti og framkomu framlínustarfsmanna. Ánægja viðskiptavina er forsenda tryggðar – og rannsóknir benda itrekað á jákvætt samband milli tryggðar viðskiptavina og hagnáðar. Ef starfsmenn eru ákafir talsmenn vöru og þjónustu eru viðskiptavinir líklegri til að vera líka sannir talsmenn. Starfsmenn þurfa að upplifa að þeir séu meðlimir sigurliða sem þjónar mikilvægum tilgangi. Það kallar á öfluga forystu að hanna, hvetja og leida slík teymi.“ 