SINERGI
CORPORA INDONESIA



Revolution of Service Excellence

Happiness at Work, Happiness with Team, Happiness with Customer

ITS
Institut
Teknologi
Sepuluh Nopember



Penulis & pakar manajemen bisnis, ***Ni Wayan Suwithi***, pelayanan prima merupakan pelayanan terbaik yang diberikan oleh sebuah perusahaan atau lembaga kepada pelanggan, baik itu pelanggan internal maupun eksternal sesuai dengan prosedur pelayanan yang berlaku.

Khairul Maddy, dalam Buku Hakikat dan Pengertian Pelayanan Prima, *Service Excellence* merupakan layanan terbaik yang diberikan kepada pelanggan dalam memenuhi harapan dan kebutuhan mereka

Apa itu Service Excellence ?

Berikan Contoh
SERVICE EXCELLENCE
dalam kehidupan Sehari-Hari

- ✓ ***Memberikan Sapa***
- ✓ ***Memberikan Saran terbaik***
- ✓ ***Mengucapkan Terimakasih***
- ✓ ***Memberikan bantuan***
- ✓ ***Mau Mengalah***
- ✓ ***Mendengarkan saat Orang Lain Berbicara***
- ✓ ***Menunjukkan Sesuatu yang Lebih Baik***



ITS
Institut
Teknologi
Sepuluh Nopember



SERVICE EXCELLENCE

Secara Umum Service Excellence bisa kita definisikan sebagai Strategi Melayani Sesuai SOP dengan Tujuan Memenuhi Harapan dan Kebutuhan Pelanggan

Mengapa Service Excellence Penting ?

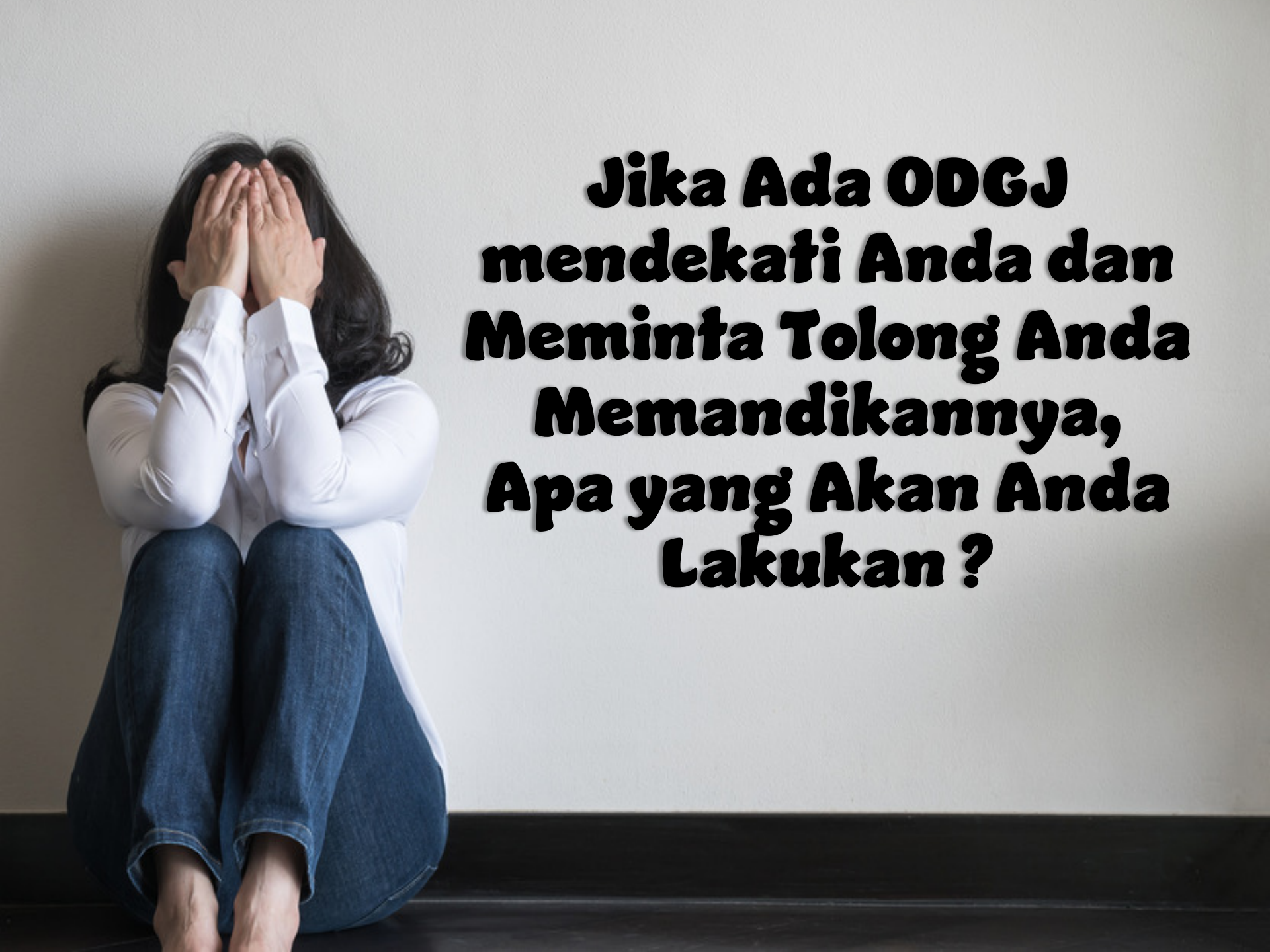
- ✓ *Karena Hakikat Penciptaan Manusia adalah Sebagai Pemimpin maka selayaknya Pemimpin , Ia selalu Melayani dan minta Dilayani.*
- ✓ *Karena manusia sebagai Makhluk Sosial yang mempunyai Citra (Diri & Profesi) yang Harus di Bangun*

ITS
Institut
Teknologi
Sepuluh Nopember

Tujuan Service Excellence

- Memunculkan Kepercayaan & kepuasan Pelanggan
- Membantu Problem Pelanggan
- Menjaga Pelanggan merasa diprioritaskan & diperhatikan
- Meningkatkan citra positif Instansi
- Memberikan pelayanan bermutu tinggi
- Menghindari tuntutan yang tidak diinginkan kepada Instansi
- Menabung Energi Terbaik yang bisa kita dapatkan disaat membutuhkan

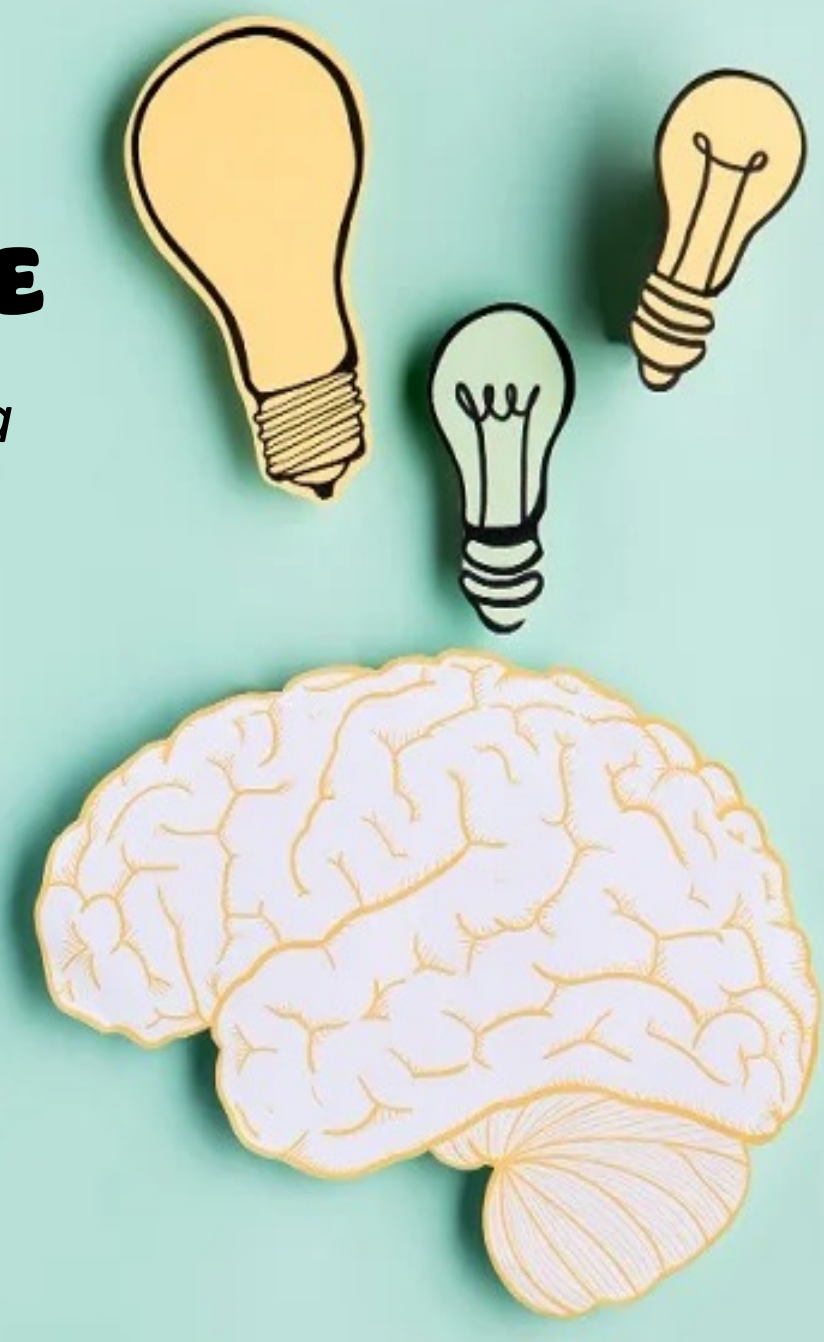



Jika Ada ODGJ
mendekati Anda dan
Meminta Tolong Anda
Memandikannya,
Apa yang Akan Anda
Lakukan ?

MINDSET

SERVICE EXCELLENCE

“Perilaku Timbul karena adanya Picuan dari Sebuah Perasaan, dan Perasaan Muncul karena adanya sebuah Pemikiran (Mindset)”

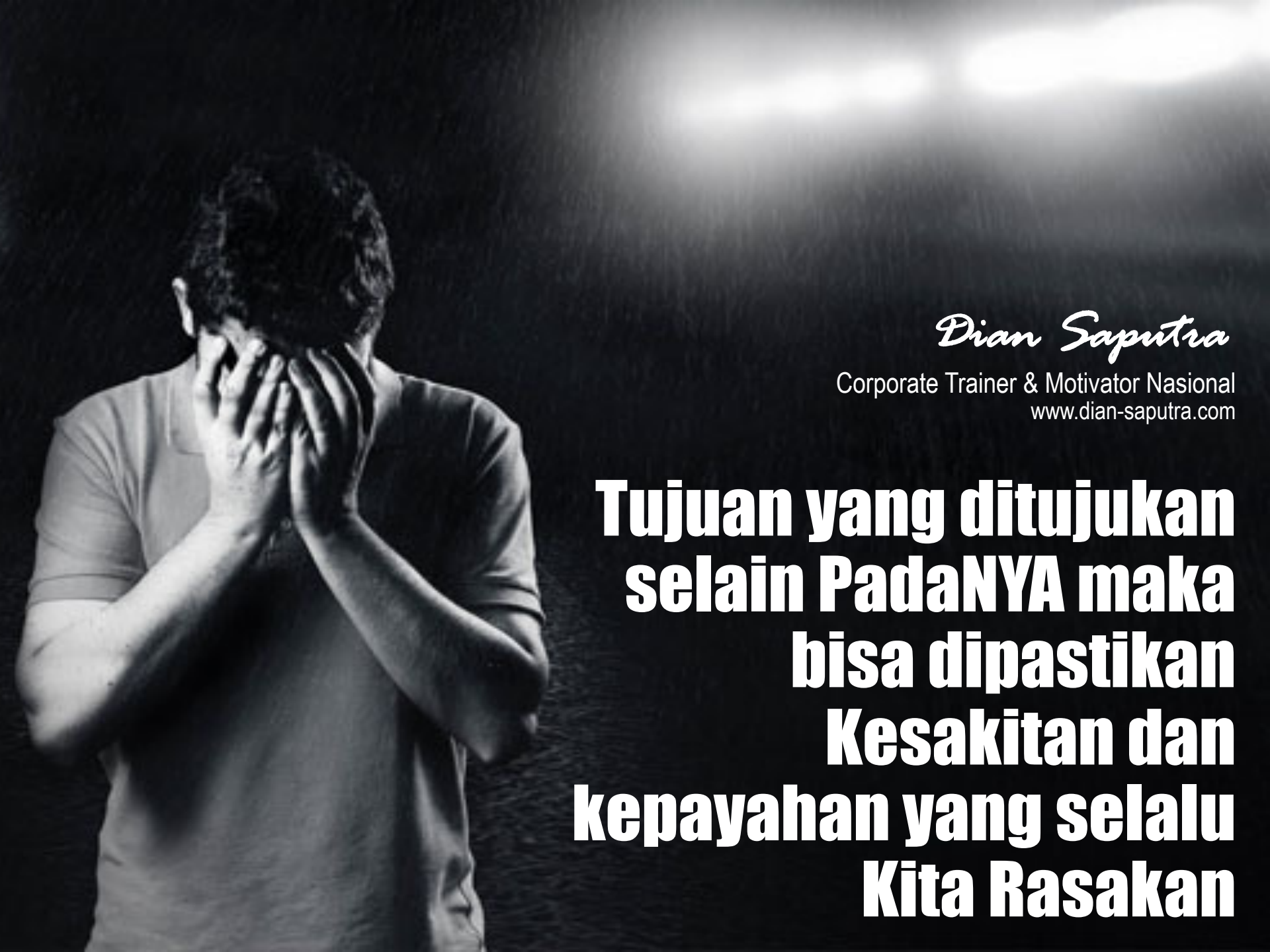


ITS
Institut
Teknologi
Sepuluh Nopember

SPIRITUAL
MISSION



SINERGI
CORPORA INDONESIA



Dian Saputra

Corporate Trainer & Motivator Nasional

www.dian-saputra.com

Tujuan yang ditujukan selain PadaNYA maka bisa dipastikan Kesakitan dan kepayahan yang selalu Kita Rasakan

Barangsiapa yang mengenal
Dirinya maka ia Kenal dengan
TUHANNYA

Karyawan Terbaik di Semesta ini adalah KARYAWAN TUHAN



Dian Saputra

Corporate Trainer & Motivator Nasional
www.dian-saputra.com

Karyawan Tuhan

- Panggilan Jiwa
- Mencukupi dirinya dengan Menerima apapun dariNYA
- Menerima Kritikan, Menganggap itu bagian teguran dari Tuhan melalui makhlukNYA
- Memberikan dan Melayani semaksimal potensi dirinya
- Melakukan Sesuatu lebih di batas Targetnya
- Mencintai Semuanya
- Melakukan Kebaikan untuk semuanya

Karyawan BOSS

- Panggilan Kerja
- Mencukupi Dirinya dengan menjual apapun yang diberikanNYA
- Menerima Pujian, Menganggap Kritikan hanyalah orang yang iri dengannya
- Memberikan sesuai yang di dapatkan
- Melakukan Sesuai dengan Target yang di berikan
- Mencintai yang sesuai dengan dirinya
- Melakukan kebaikan untuk mereka yang memberinya lebih

SINERGI
CORPORA INDONESIA

Saat Kita Melihat dan Meyakini Segala yang terjadi berasal dari DESIGNNYA Maka Malulah kita jika melakukan keburukan, yang Ada kita ingin selalu memberikan yang terbaik KepadaNYA



Dian Saputra

Corporate Trainer & Motivator Nasional
www.dian-saputra.com

SINERGI
CORPORA INDONESIA

Siapa yang Membantu
Anda Mendapatkan

PROFESI INI?




Lakukan yang terbaik disetiap tindakan dan Sadari bahwa yang Engkau Layani bukanlah Hanya Manusia melainkan TakdirNYA
Dian Saputra
Corporate Trainer & Motivator Nasional
www.dian-saputra.com



Prinsip & Sikap Dasar

Service Excellence

Dian Saputra 0812-4975-8328 www.sinergicorpora.com

Prinsip & Sikap Dasar

Service Excellence

- Mengutamakan Pelanggan (Oriented)
- Profesional dalam Tugas (Capable & Transparant)
- Niat Melayani sepenuh Hati

    1. Jadilah Karyawan Tuhan
    2. Lakukan tanpa pamrih
    3. Tidak pilih-pilih customer

- Memegang Teguh Etika & SOP
- Mempunyai Emosional Stabil
- Percaya Diri
- Berpenampilan Menarik









6 Unsur PENTING

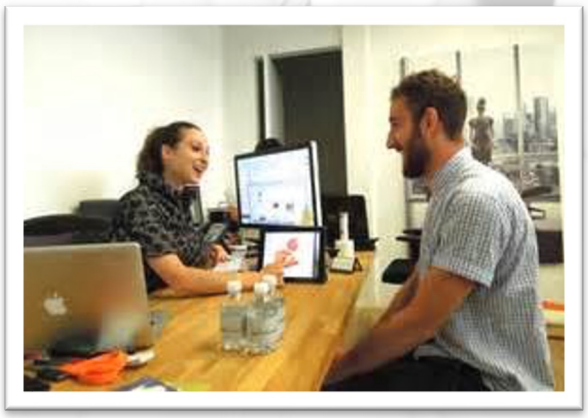
dalam SERVICE EXCELLENCE

- Attitude (Sikap)
- Ability (Kemampuan)
- Apperance (Penampilan)
- Attention (Perhatian)
- Action (Tindakan)
- Accounttability (Tanggung Jawab)

Dian Saputra 0812-4975-8328 www.sinergicorporaindonesia.com

4 Momen Terbaik Service Excellence

- Saat Mereka datang dan pergi
- Saat Mereka Bertanya
- Saat Mereka Kebingungan
- Saat Mereka Komplain








Apa yang menjadi
Penyebab
tidak melakukan
Service Excellent

SELF CONFLICT



Sampai kapanpun Anda tidak bisa memberikan **SERVICE EXCELLENT** jika Anda belum bisa menghilangkan Self Conflict pada pikiran Anda Sendiri. Dan **HANYA ANDA** yang bisa menyelesaikannya.

Pikiran Seperti Apa Yang Membuat Anda Bermasalah ?



Muncul Pikiran seperti ini :

- *Anda Sopan Kami Segan.*
- *Gajiku tidak sesuai dengan kebutuhanku*
- *Lagi banyak Masalah, banyak Kerjaan lagi*
- *Atau Adakah yang Lainnya ?*



Mindset Stress Management

1. *Masalah Berasal dari Kita dan Solusi juga ada pada Diri Kita (Kita Pemegang Keputusan)*
2. *Masalah dikarenakan Salah Konteks Pemaknaan pada Suatu Konten Realita*
3. *Semakin Melihat dari banyak Sudut Pandang maka maka Semakin banyak Solusi yang di dapatkan*
4. *Life, Mind & Body Are One System*




Life
Pikiran
Perasaan
Tubuh

Mind & Behaviors Concept







Pikiran -

Perasaan -

Perilaku

-

Belief & Presepsi buruk pada Pikiran Anda membuat Perilaku yang tercipta semakin buruk dan tidak memberdayakan sama sekali.



Mindset yang Harus Anda Lakukan untuk

MENGHADAPI SELF CONFLICT

SINERGI CORPORA INDONESIA

Re-Framing

Ubah Sudut Pandang



SINERGI
CORPORA INDONESIA



LATIHAN 1

Mintalah Orang Lain Memberikan Masalah Bagi Anda, dan Bagaimana Anda Menyikapi dengan Sudut Pandang yang Lebih Bijak dan Solutif !

BERLATIH MEMAKNAI REALITA

(ikuti Petunjuk Lembar Kerja)


POSITIF
FEELING
Hati Manusia menjadi salah satu Jalan Komunikasi Alloh kepada Manusia tersebut. Baik Buruknya yang Terjadi di kehidupan ini Tuhan senantiasa menuntun kita menuju Ke Jalan yang benar

LATIHAN 2

Berdasarkan Solusi dari Rekan Anda, Hal Baik Apa yang Akan Tuhan Berikan Kepada Anda dalam Proses Penyelesaian Problem dan Pasca Problem ?

BERLATIH MENEMUKAN PESAN CINTANYA

(ikuti Petunjuk Lembar Kerja)



Dian Saputra 0812-4975-8328 www.sinergicorporaindonesia.com



Mindset yang Harus Anda Lakukan untuk

MENGHADAPI SELF CONFLICT

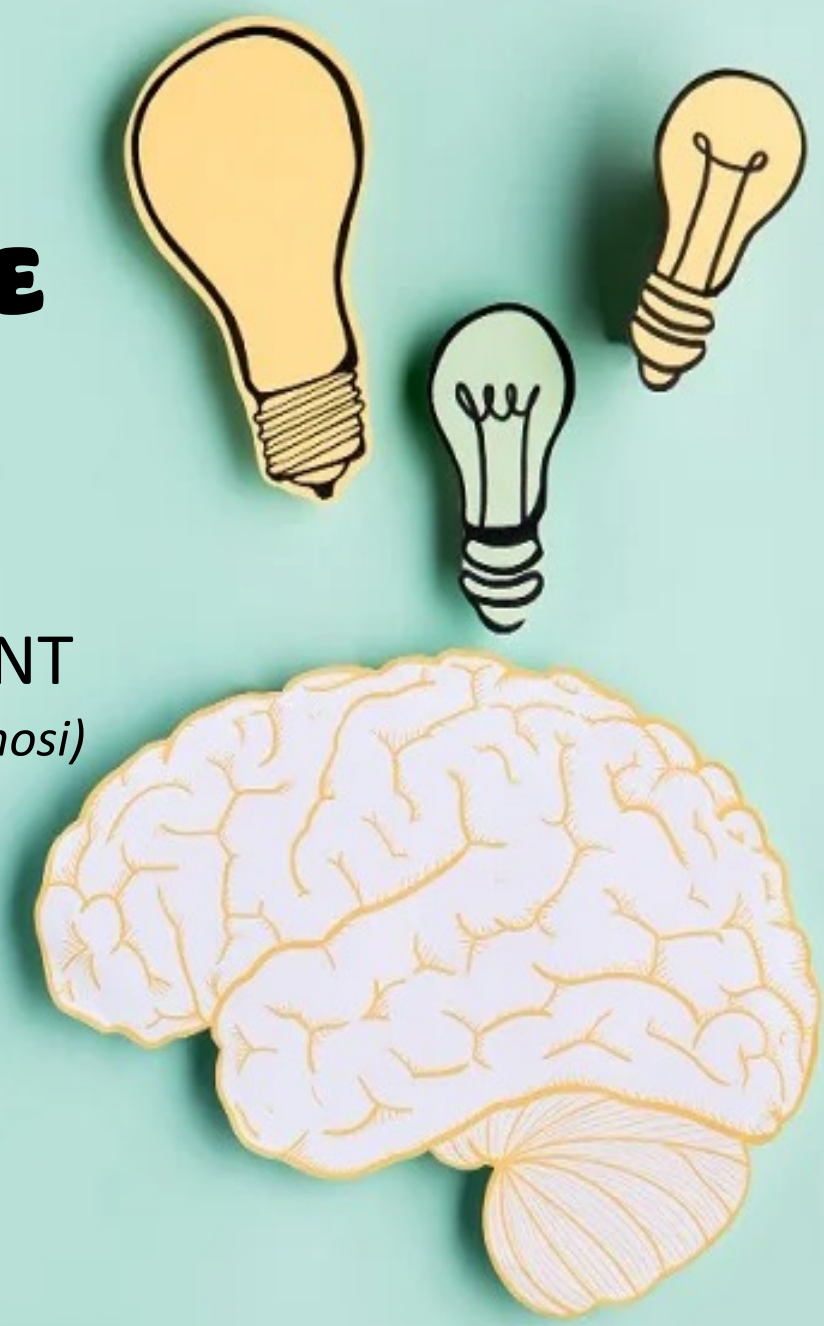
– Reframming – Positif Feeling – Release Emosi

SINERGI CORPORA INDONESIA

MINDSET

SERVICE EXCELLENCE

- SPIRITUAL MISSION
- PAHAM PRINSIP SERVICE
  (Sikap, Unsur, & Waktu)
- SELF CONFLICT MANAGEMENT
  (Reframing, Positif Feeling & Release Emosi)



PERSUASIVE COMUNICATION
OF SERVICE EXCELLENCE

Dalam Service Excellence, komunikasi bukanlah sekedar berbicara melainkan harus memunculkan Pengaruh pada Lawan Komunikasi yang Sedang Kita Layani



4 Point Penting

Komunikasi yang Berpengaruh :

1. *Pahami Konsep Pikiran dan Perilaku Manusia*
2. *Kenali Karakter Manusia*
3. *Strategi Komunikasi yang Berpengaruh*
4. *Strategi Mengatasi Keberatan atau Komplain*





Kesalahan Dasar dari SERVICE EXCELLENCE yang jarang disadari adalah Buruknya Komunikasi

Dian Saputra
Corporate Trainer & Motivator Nasional
www.dian-saputra.com



Muncul Emosi Negatif

Setiap Kata dalam Komunikasi memunculkan Makna berbeda dalam pikiran. Maka Bijaklah dalam Komunikasi

01

02

Perilaku Buruk

Jika Kata-kata memunculkan sebuah Emosi Negatif maka Hal itu tentu berpengaruh pada Perilaku pada saat itu juga

Ditinggalkan Customer

Hal Terburuk dari bisnis adalah perginya para Anggota yang menjadi Nyawa dari Customer. Jagalah Mereka

04

03

Kehilangan TRUST

Kepercayaan adalah Modal utama menjadi LOYAL, Hal tersebut akan hancur jika komunikasi buruk

DAMPAK BURUK KOMUNIKASI DALAM SERVICE EXCELLENCE

"Sebagus Apapun Ide dan Inovasi Anda, jika tak Mampu berkomunikasi dengan baik maka semuanya sia-sia"



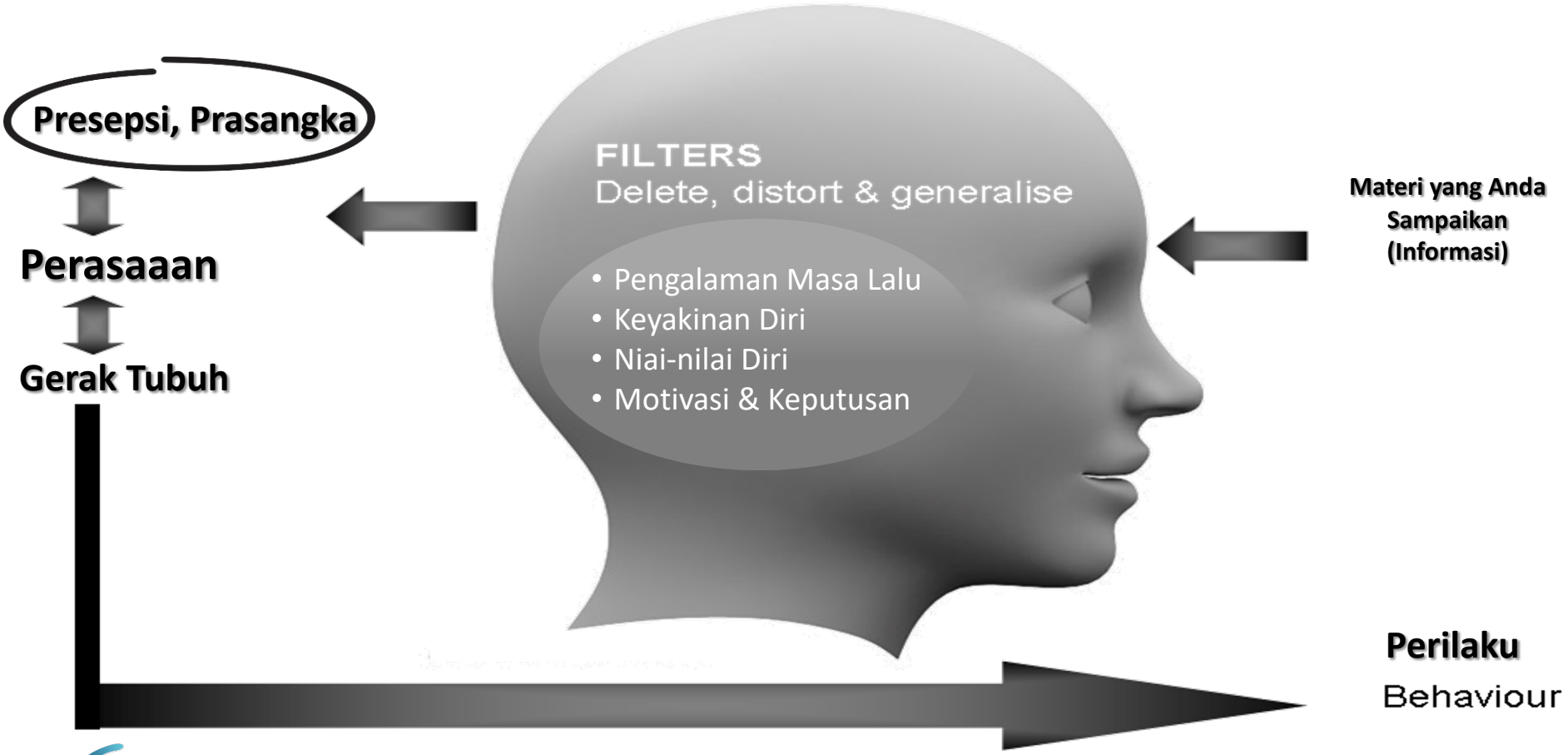
1

PAHAMI KONSEP

Pikiran & Perilaku Manusia

Manusia diciptakan dengan penuh Keunikan yang kompleks. Hal ini akan Bisa kita pelajari pada Konsep Pikiran & Perilaku Manusia berdasarkan Keilmuan Psikologi terapan yang bernama ***Neuro-Linguistic Programming***

MIND & BEHAVIOR CONCEPT



SINERGI CORPORA INDONESIA

LATIHAN 3

Lakukan Indentifikasi Kerja Pikiran dengan Metode

MIND & BEHAVIOR CONCEPT

(ikuti Petunjuk Lembar Kerja)



2 KENALI

Karakter Manusia

Komunikasi tanpa Mengenal Karakter lawan adalah Sia-sia. Karena Pada Dasarnya Manusia hanya Menerima segala Informasi yang dianggap sesuai dan Sama oleh Pikirannya



It's Not About What Everybody Says It's About what Every Body Says

YOUR BODY SPEAKS!

Kita Sering lupa atau bahkan mengabaikan begitu banyak petunjuk non verbal (diluar kata-kata) yang bisa kita manfaatkan untuk membaca apa yang tersebunyi di baliknya dan bakan mempengaruhi orang tanpa mengucapkan secara verbal



It's Not About What Everybody Says
It's About what Every Body Says

PRINSIP DASAR BAHASA TUBUH

- Non Verbal berpengaruh 93% dari setiap komunikasi
- Bahasa Tubuh adalah Expresi Pikiran Bawah Sadar (Alami, Jujur & Natural)



DISC PROFILLING SECARA NON VERBAL

Dikembang oleh **William Marston** seorang psikolog lulusan Harvard. Beliau juga seorang penemu prototipe awal alat POLYGRAF (Pendeteksi Kebohongan)

DISC merupakan Singkatan dari ***Dominance*** (Dominan), ***Influence*** (Intim), ***Steadiness*** (Stabil), ***Conscientiousness*** (Cermat).

PROFIL DISC dapat diduga & dibaca melalui bahsa tubuh dan petunjuk non verbal lainnya

DISC

PROFILING SECARA NON VERBAL

DOMINANCE (Pemimpin)

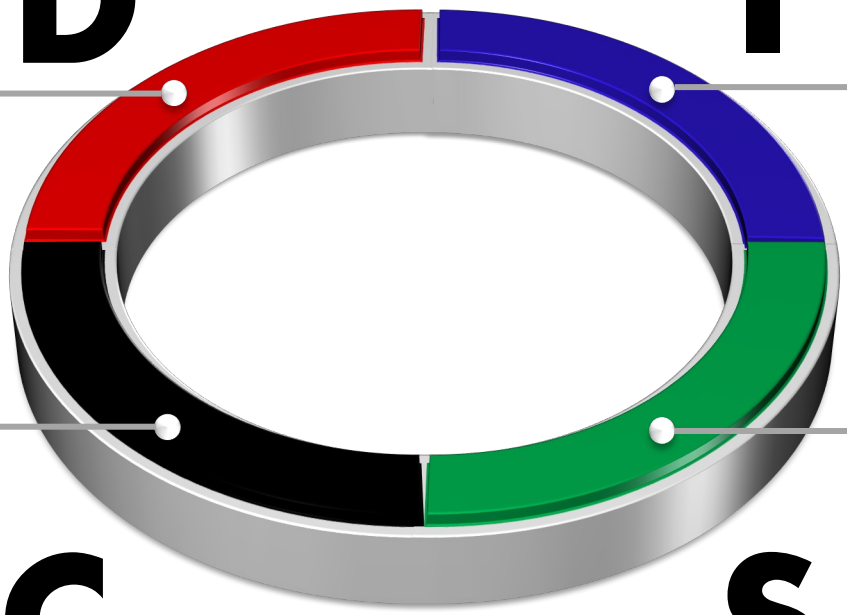
D

Bahasa Tubuh Membesar
Gerakan Tegas, Percaya diri
Suara Keras
Kontak Mata Langsung
Bicara & Jalannya Cepat

INFLUENCE (Artis)

I

Tubuh & Raut Wajah Expresif
Kharismatik
Aktif Tangan,kepala,dan Tubuh
Energetik, Antusias & Banyak Tertawa
Bicaranya Cepat



Bahasa Tubuh Kaku
Irit Gerakan dan irit bicara
Sangat berhati-hati
Jarang tersenyum dan terbuka
tertutup, teliti, rapi
Gerakannya Efisien

C

CONSCIENTIOUS (Orang Nethink)

Kalem & Murah Senyum
Tata Bicara teratur
Pendengar yang baik
Expresi positif & Empati
Bahasa Sentuhan

S

STEADINESS (Kyai)

DISC

PROFILING SECARA NON VERBAL

DOMINANCE (Pemimpin)

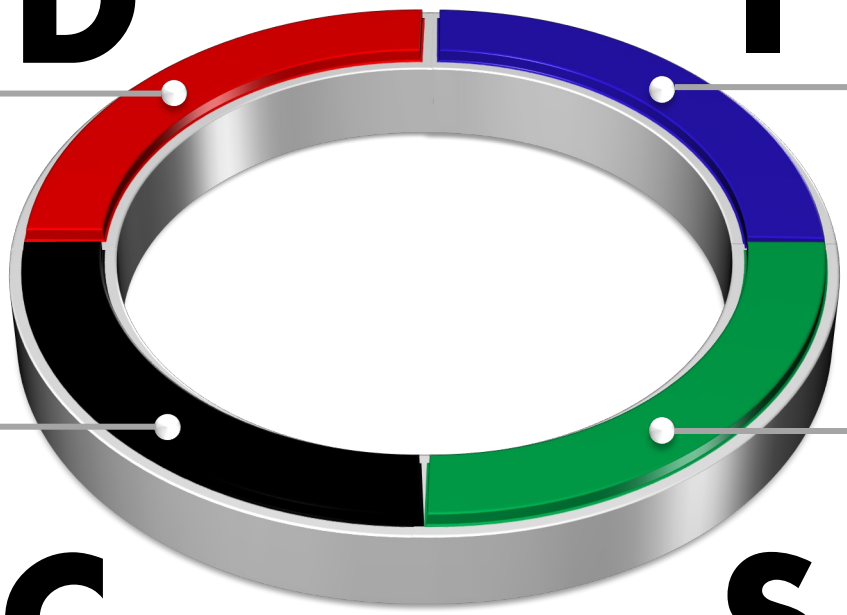
Dominan
Tegas
Keras
Aktif & Terbuka
Orientasi Tugas

D

I

INFLUENCE (Artis)

SKSD
Luwes
Gaul
Aktif & Terbuka
Orientasi Orang



Cermat
Teliti
Hati-hati
Pasif & Tertutup
Orientasi Tugas

C

CONSCIENTIOUS

(Orang Nethink)

S

Stabil
Sabar
Supportif
Pasif & Reflektif
Orientasi Orang

STEADINESS (Kyai)

DISC

PROFILING SECARA NON VERBAL

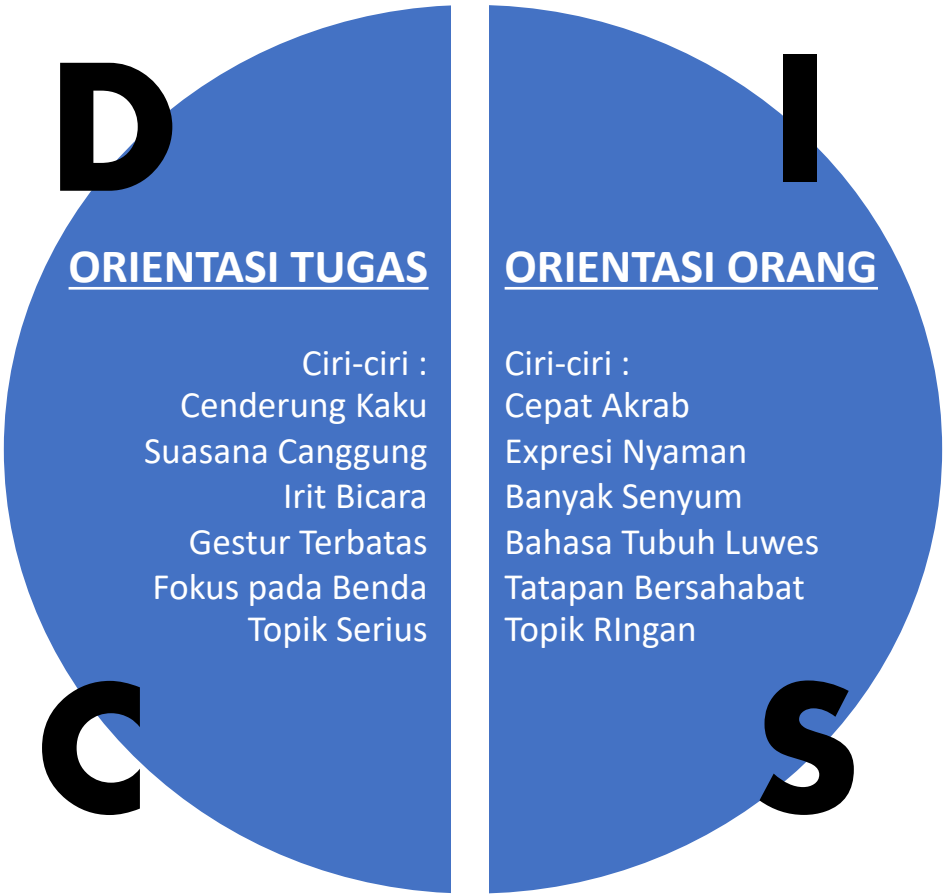
ATAS-BAWAH



DISC

PROFILING SECARA NON VERBAL

KANAN - KIRI



DISC

PROFILING SECARA NON VERBAL

KOMBINASIKAN ATAS-BAWAH & KANAN- KIRI



LATIHAN 4

Lakukan "Pembacaan" Petunjuk Non Verbal (Bahasa Tubuh, Gestur, Cara bicara,dll)
Untuk mengetahui tipe karakter orang lain

DISC

STRATEGI KOMUNIKASI BERDASARKAN KARAKTER

DOMINANCE (Pemimpin)

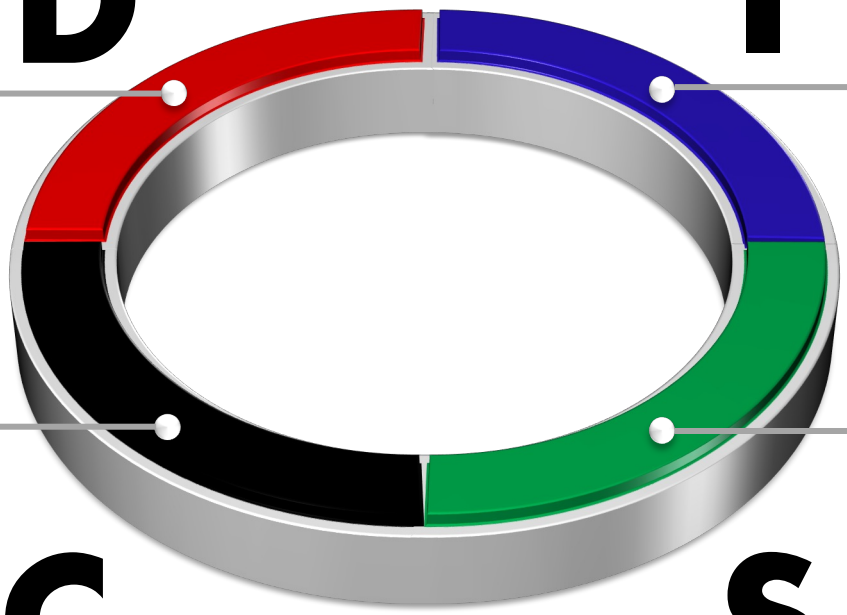
D

Suka dalam Kondisi Formal
Tunjukkan Keseriusan
Hargai Setiap Pendapatnya
Fokus pada Tugas & Hasil
Menanglah tanpa Menjatuhkan

INFLUENCE (Artis)

I

Suka Kondisi Non Formal
Suka Berbasa-basi
Tunjukkan Humanis & Humoris
Perbanyak Pujian
Bantah dengan Saran & Masukan



CONSCIENTIOUS (Orang Nethink)

C

Suka pada Kondisi Debat
Siapkan Data-data Valid
Jangan Ungkit Kesalahannya
Manfaatkan Analisanya
Libatkan dalam hal Pemeriksaan

STEADINESS (Kyai)

S

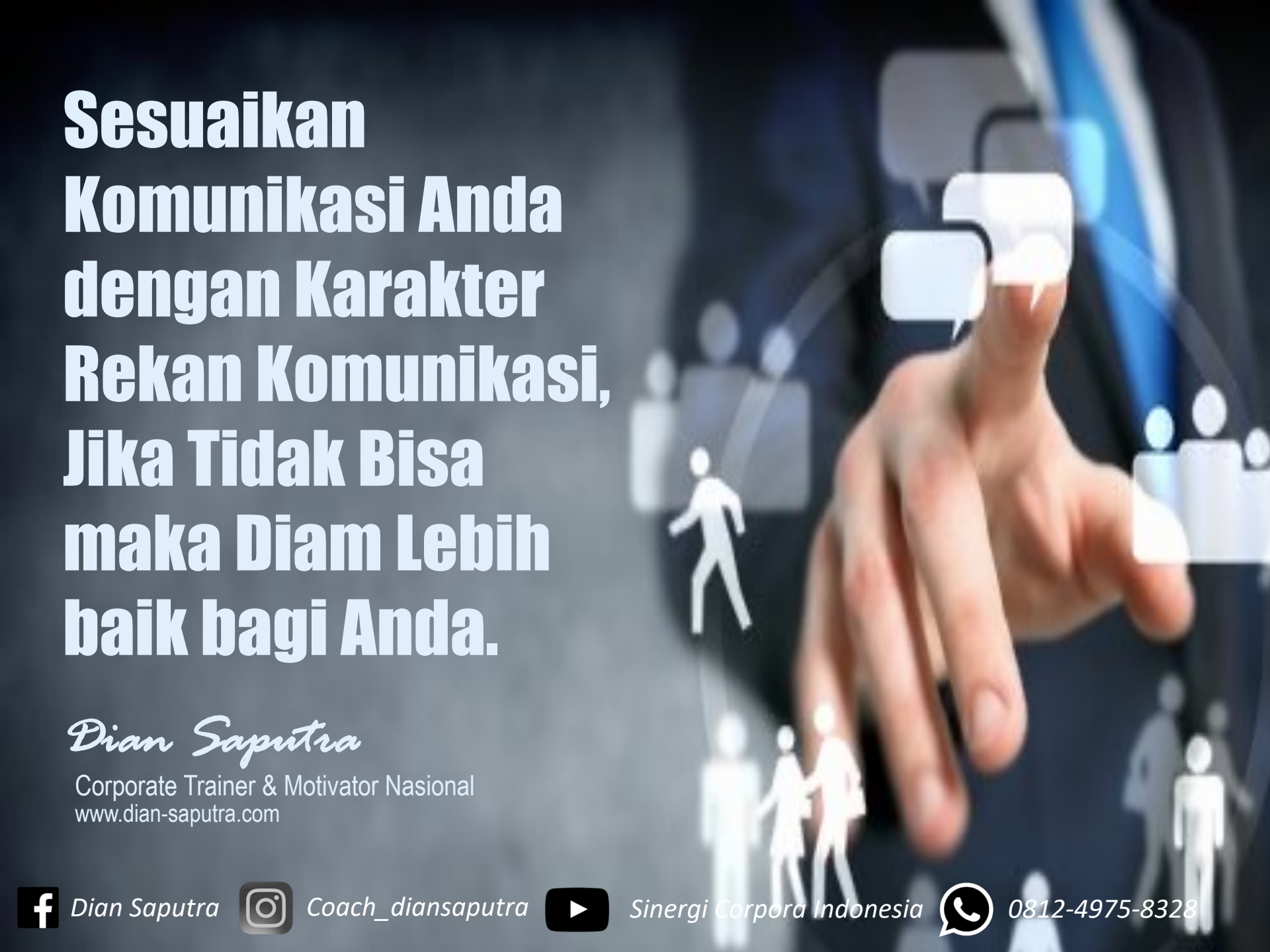
Suka Privasi dan Non Formal
Datanglah Sebagai Korban
Berikan Apresiasi atas sarannya
Suka di Sentuh dan Menyentuh
Fokus Pada Manfaat Akhir

KEPRIBADIAN CUSTOMER

Strategi efektif dalam memahami Kepribadian Customer adalah Mengetahui Karakter Personalitasnya. Dengan Demikian Anda bisa mendapatkan Manfaat Berikut :

1. Strategi Berkomunikasi yang Berpengaruh dengannya.
2. Strategi Manajemen Konflik




Sesuaikan Komunikasi Anda dengan Karakter Rekan Komunikasi, Jika Tidak Bisa maka Diam Lebih baik bagi Anda.
Dian Saputra
Corporate Trainer & Motivator Nasional
www.dian-saputra.com
Dian Saputra
Coach_diansaputra
Sinergi Corpora Indonesia
0812-4975-8328

3

STRATEGI KOMUNIKASI

BERPENGARUH

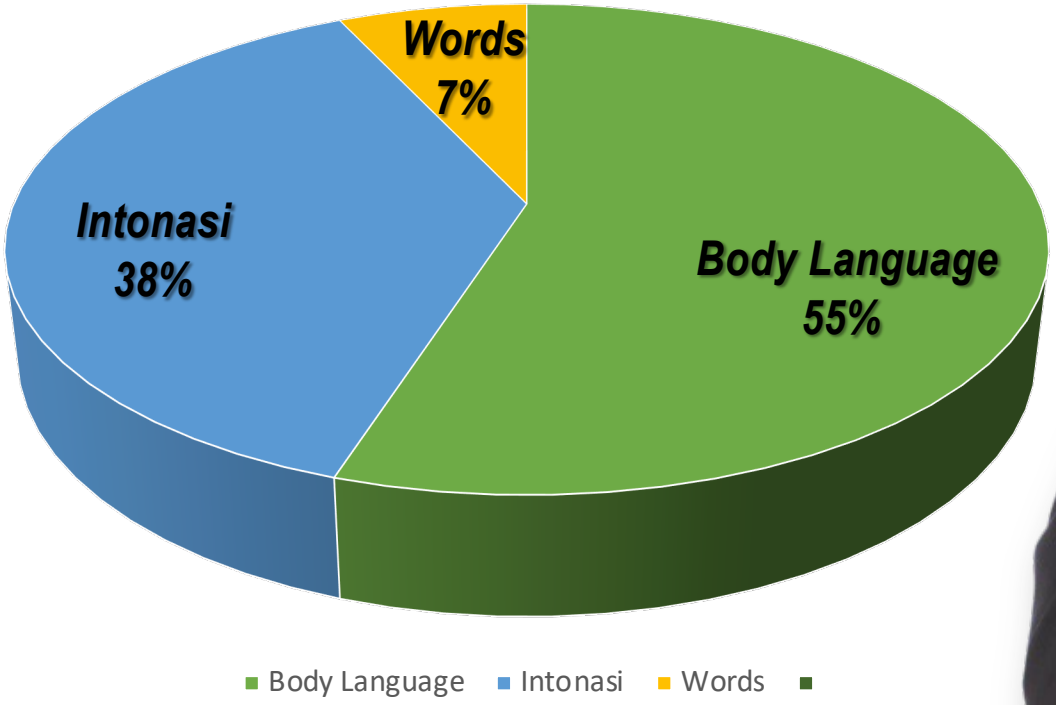


Selain Sikap yang mendasari sebuah perilaku untuk memberikan service excellence maka di perlukan KOMUNIKASI YANG BERPENGARUH.

Komunikasi Yang Berpengaruh ini harus bisa menyesuaikan Nilai-nilai Positif yang dianut pada diri Client

- *Membangun Kepercayaan & Kenyamanan*
- *Komunikasi Persuasif*

Influential Comunication





3 FAKTOR YANG MEMBANGUN KOMUNIKASI YANG BERPENGARUH (Untuk Melayani)

BODY LANGUAGE

- Kontak mata Fokus & langsung (tidak membuat orang merasa aneh)
- Postur tubuh yang baik (tidak gelisah, membungkuk, goyang, dll)
- Menghargai diri & Audience (jangan memutar mata atau menghisap gigi)
- Kehadiran panggung yang baik (bersikap hangat dan ramah)

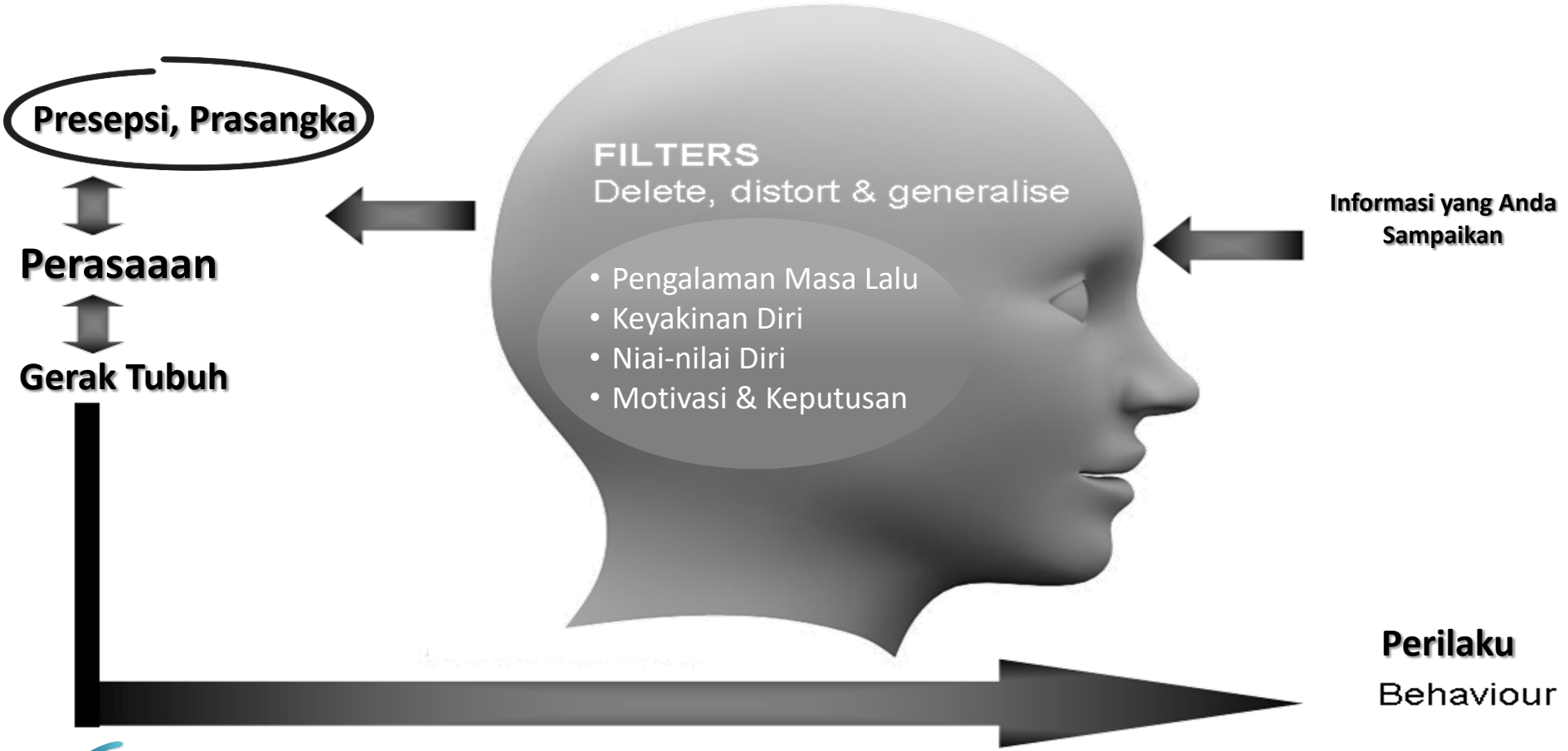
PENAMPILAN

- Pakaian yang rapi dan “tenang” (kemeja, dasi, blus dan rok)
- Tidak ada perhiasan/make up yang berlebihan
- Sepatu bersih dan nyaman
- Rambut rapi, kuku Rapi Bersih, dll

VOICE

- Jelas & kuat – tidak keras (tidak bergumam, berbisik atau berteriak)
- Diksi yang jelas – pengucapan (ekspresi yang baik)
- Ucapkan kata-kata dengan benar
- Nada percaya diri – tidak sombong

MIND & BEHAVIOR CONCEPT



SINERGI CORPORA INDONESIA

RASIONALISASI

EMOSI DASAR MANUSIA



- ✓ Dihormati

  (kesopanan, keramahan, diproses dengan benar, dipenuhi kebutuhannya, ditempatkan lebih 'tinggi')

- ✓ Dihargai

  (fokus dan tidak membagi perhatian, tepat waktu, antusias dalam setiap interaksi, kontak mata penuh perhatian saat berinteraksi, empati dengan setiap kesulitan/kendala/ketidaknyaman)

- ✓ Dianggap Penting

  (mengenal secara pribadi, memanggil dengan nama, memberikan kenyamanan, memanjakan panca indera, memberikan keistimewaan, berdiri menyambut, berterima kasih

BAGAIMANA MEMULAI KOMUNIKASI YANG BERPENGARUH ?



BANGUNLAH

Kepercayaan & Kenyamanan

- Melihat & Aktif Mendengarkan
- Respect & Perhatian Khusus



SINERGI
CORPORA INDONESIA

MELIHAT

Apa yang terdengar belum tentu sama dengan apa yang kita lihat. Apa yang dikatakan oleh suara belum tentu sama dengan apa yang dikatakan oleh tubuh

- Kontak Mata
- Expresi Wajah
- Gerakan Tubuh

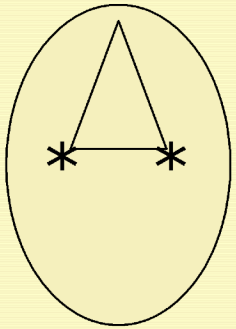


SINERGI CORPORA INDONESIA

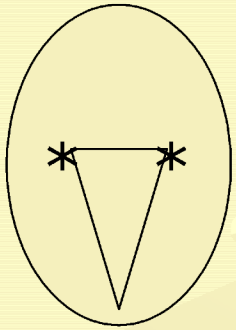
Bahasa Tubuh

KONTAK MATA

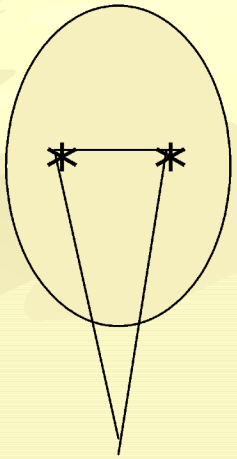
Daerah pandangan mata secara umum:



A. Formal



B. Informal



C. Akrab

Eye Accessing Cues

Salah satu cara untuk untuk mengetahui pikiran seseorang ketika memproses suatu informasi yang dapat dikenali melalui pola gerakan bola mata.



Visual Constructed



Visual Remembered



Auditory Constructed



Auditory Remembered



Kinesthetic



Auditory Digital

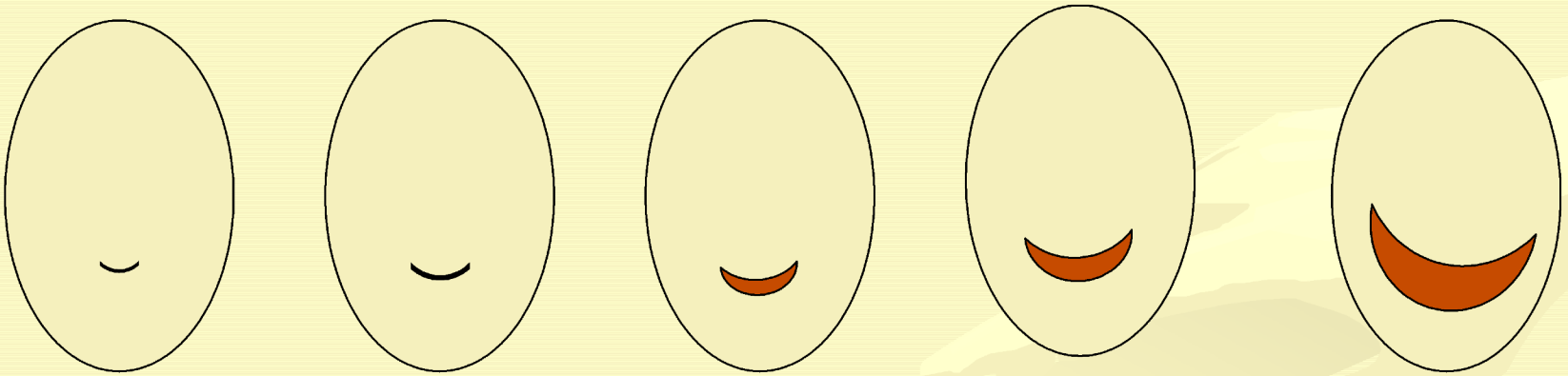
Note : Mulai Praktikan untuk mengenal Masing-masing modalitas manusia



EXPRESI WAJAH &TUBUH

Expresi Wajah & Tubuh adalah Alami. Expresi tersebut berasal dari Bawah Sadar Manusia. Perhatikan dan Kendalikan Expresi tersebut.

SENYUM & TERTAWA



mesem

Untuk orang tak dikenal

senyum dikulum

Untuk bisnis

senyum

Untuk teman

tertawa

Untuk sosial & bisnis

tertawa terbahak

Lingkungan akrab

EXPRESI TUBUH

yang Menunjukkan Ketidaknyamanan (Customer)

- *Tubuh Mendominasi/Terlalu Menjauhi Area Anda*
- *Tangan Mengepal dan Selalu di Gerakkan*
- *Wajah Tidak Fokus Menatap saat Berkomunikasi*
- *Fokus Tatap terlalu Tajam*
- *Pergerakan Tangan terlalu Cepat*
- *Pergerakan Kaki yang tidak Bisa Diam saat Berkomunikasi*
- *Intonasi Cenderung Tinggi*



BODY LANGUANGE

FOR SERVICE EXCELLENCE

- ✓ Senyum Tulus Sesuai Porsinya
- ✓ Posisi Tubuh Tegap dan Terangkat
- ✓ Menunjuk atau mengarahkan sesuatu dengan tangan terbuka
- ✓ Berhadapan muka dengan muka dengan customer
- ✓ Kontak Mata Fokus pada Lawan Komunikasi
- ✓ Saat Duduk Usahakan Arah Pusar Bertemu Pusar





BODY LANGUAGE

Yang Perlu di Hindari

- *Tubuh Terlalu Dekat (Duduk maupun Berdiri)*
- *Kontak Mata Memandang selain Wajah*
- *Dahi Berkerut, Bibir Terlalu Maju*
- *Sentuhan di Bagian Sensitif*
- *Sentuhan/Gerakan Diri yang Tidak Penting*
- *Melipat dan Berpangku Tangan*

LATIHAN 5

A. Berkomunikasilah dan Perhatikan

MATA, WAJAH & TUBUH

(ikuti Petunjuk Lembar Kerja)

KOMUNI
KATA



MENDENGAR

Mendengar Adalah kewajiban utama. Dengan mendengar maka Anda mampu mendapatkan banyak database informasi untuk bisa Anda jadikan sebagai Bahan Pelayanan Terbaik

SINERGI
CORPORA INDONESIA



STRATEGI EFEKTIF

UNTUK MENDENGARKAN CUSTOMER

- Berhenti Bicara & Perlakukan VIP
- Konsentrasi & Kosongkan Presepsi
- Sempurnakan Indra Pedengaran
- Kontak Mata Antusias
- Mendengarkan yang disampaikan
- Konfirmasi Ulang
- Bertanya sesuai tujuan

SINERGI CORPORA INDONESIA

LATIHAN 5

B. Berkomunikasilah dan Simpulkan

APA YANG DISAMPAIKAN

(ikuti Petunjuk Lembar Kerja)


RESPECT
Point penting dalam melayani adalah mampu Respect apa yang dirasakan customer, hal ini sebagai Tolok ukur kepuasan mereka yang sedang Anda layani.


BERIKAN PERHATIAN KHUSUS
Perhatian Khusus ini Sangat Efektif dalam merawat dan menumbuhkan loyalitas terhadap Customer. Bahkan bisa jadi mereka rela dengan sengaja Merekomendasikan Layanan Anda



4 Perhatian Khusus *dalam Service Excellence*

1. Ucapan Terimakasih atas Perhatiannya terhadap Anda
2. Memprioritaskan Layanan (Cepat dan Tepat)
3. Memberikan Info Progres jika membutuhkan Waktu dalam Layanan
4. Tawarkan Hal apa lagi yang bisa Anda Bantu

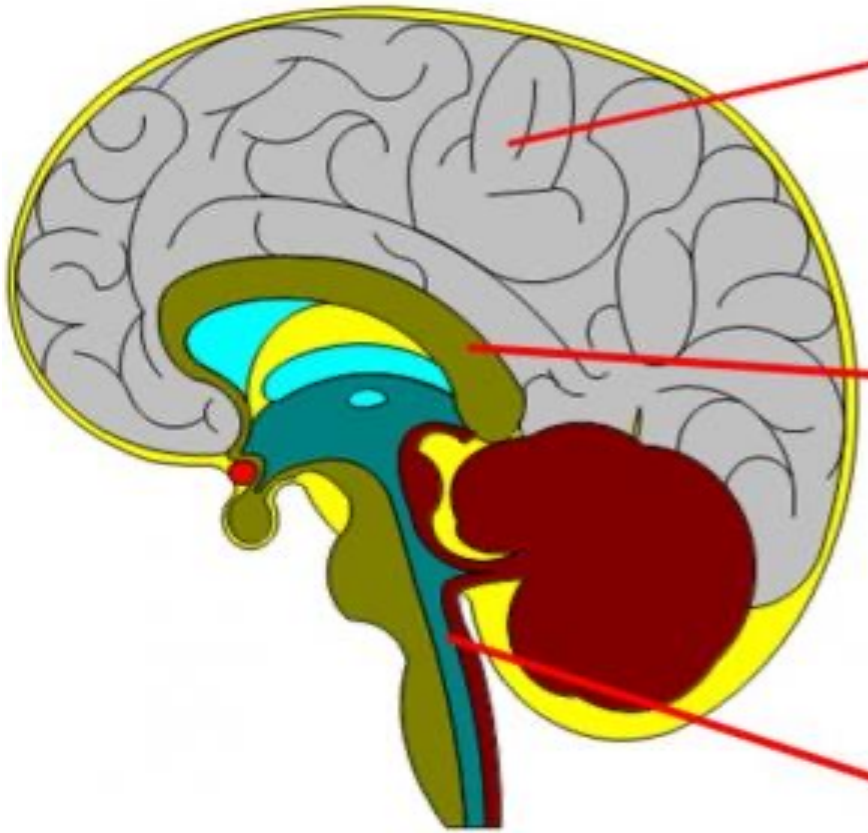
LATIHAN 5

C. Berkomunikasilah dan Berikan Solusi atas

APA YANG DISAMPAIKAN

(ikuti Petunjuk Lembar Kerja)


PERSUASIVE
Strategi untuk Mengarahkan dan Membingkai Ulang Pemikiran
Lawan Komunikasi agar searah dengan Pemikiran Kita



Neo-cortex,
(inteligensi)

Otak mamalia
(sistem limbik)
Mengendalikan
emosi

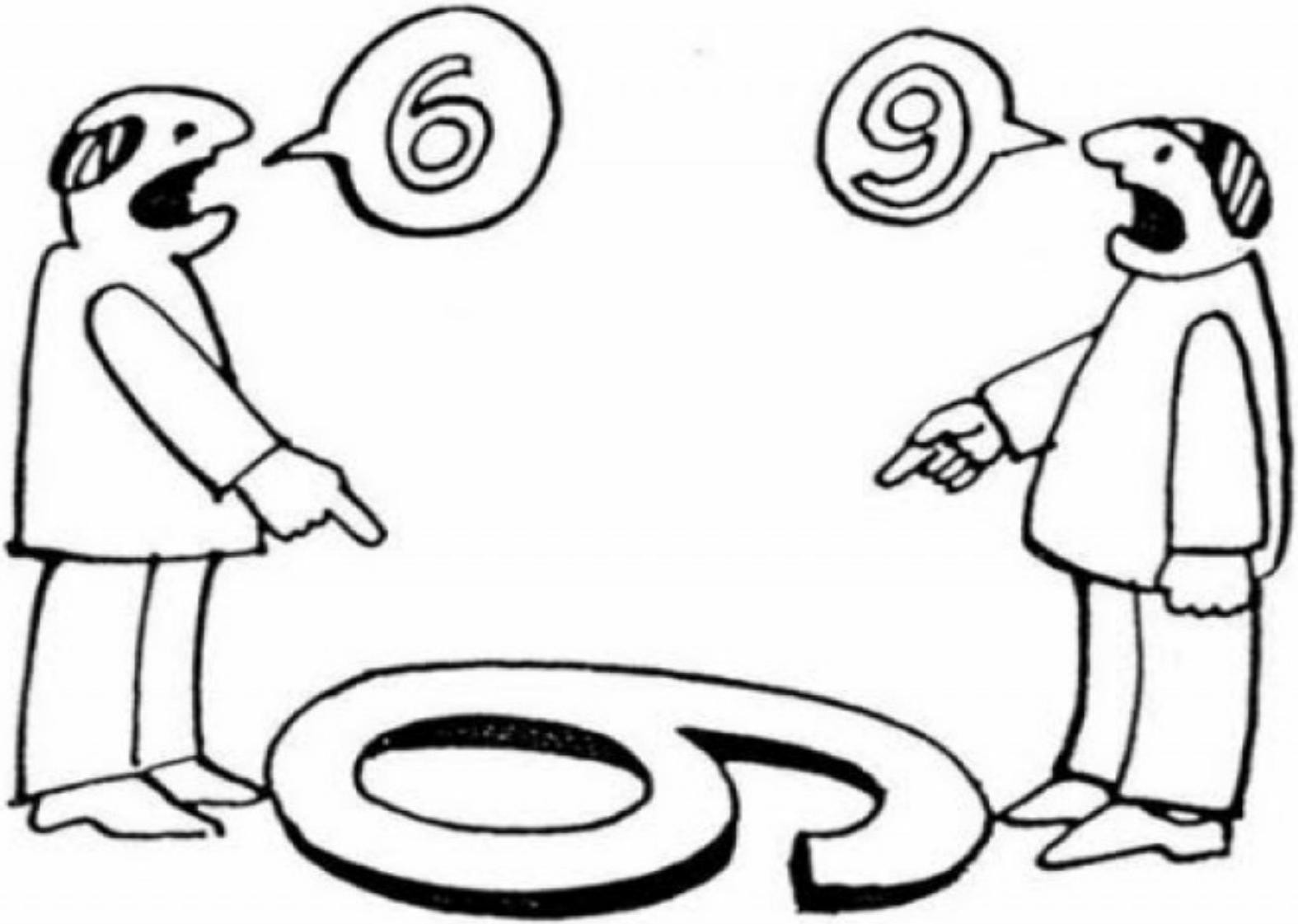
Otak Reptilia
Sistem pengaman, bekerja
instinctive otomatis

Manusia mempunyai Otak reptil yang selalu waspada dan cenderung menganggap sebagai ancaman jika ada informasi yang dianggap tidak sesuai dengan database Pemikirannya. Solusinya adalah Buatlah otak Reptilnya Nyaman dengan Informasi Anda.



Strategi Mudah Membuat Nyaman Otak Reptil saat Berkomunikasi

- *Buatlah seolah – olah terjadi Kesamaan antara Anda dan lawan Komunikasi*
- *Menerima Apapun yang di Ucapkan dan Manfaatkanlah.*


6
9

Dengan Anda Menyamakan Pola Pikir dan Sudut Pandang dengannya maka Anda Sudah mulai membuka Gerbang Bawah Sadarnya



Dian Saputra

Corporate Trainer & Motivator Nasional
www.dian-saputra.com

SINERGI CORPORA INDONESIA



Strategi Framing & Reframing

Strategi Komunikasi ini bertujuan untuk membingkai Pikiran lawan Komunikasi (Framing) sekaligus memberikan makna baru (Reframing) agar Pesan Komunikasi mudah diterima oleh lawan Komunikasi

Menyelaraskan sesuai Kondisi Customer (ECOLOGY FRAME)

Tujuan: Lawan Komunikasi Lebih Fokus dan Memunculkan Efek Merasa di Prioritaskan

Cara Penggunaan :

- Awali dengan Anggukan Kepala & Senyuman
- Ucapkan Komunikasi dengan Menunjuk kepada Lawan Komunikasi (Tangan Terbuka)
- Kalimat selalu diawali dengan :
  - Seperti yang Anda pikirkan bahwa …….
  - Sangat cocok dengan keinginan Anda…
  - Sangat Setuju dengan ide dan Inovasi Anda…….

Mengajak Customer Membayangkan (AS IF FRAME)

Tujuan: Lawan Komunikasi Membayangkan dan Berimajinasi tentang apa yang Anda Sampaikan agar lebih Mudah Menerima pesannya

Cara Penggunaan :

- Awali dengan Anggukan Kepala & Senyuman
- Ucapkan Komunikasi dengan Menggerakkan Tangan membentuk sebuah Isyarat yang menggambarkan Kata dalam Komunikasi
- Contoh Kalimat :
  - Anda bisa bayangkan manfaat yang didapatkan saat……
  - Jika Orang lain sudah merasakan maka bayangkan Anda mampu merasakaan…….
  - Jika Anda mengalami sesuatu yang tidak terduga lalu Anda butuh bantuan dengan capat, maka apa yang Akan Anda Lakukan…….

Mengajak Fokus Pada Solusi Customer. (OUTCOME FRAME)

Tujuan: Lawan Komunikasi Berorientasi pada Solusi yang Diinginkannya.

Cara Penggunaan :

- Awali dengan Anggukan Kepala & Senyuman
- Ucapkan Komunikasi dengan Intonasi Penekanan Pada Solusi yang Anda Berikan
- Contoh Kalimat :
  - Ini waktu yang tepat untuk Anda mempersiapkannya mulai sekarang . .
  - Jalan Terbaik untuk Anda adalah …….
  - Satu hal yang penting untuk Anda Adalah……

Membandingkan yang bertolak belakang dengan statement customer (CONTRAST FRAME)

Tujuan: Lawan Komunikasi Mulai Menyadari Opsi/Solusi lain dari yang Ia yakini.

Cara Penggunaan :

- Awali dengan Anggukan Kepala & Senyuman
- Ucapkan Komunikasi dengan Intonasi Penekanan Pada Solusi Baru yang Anda Berikan (Bertolak Belakang dengan Statement lawan Komunikasi)
- Contoh Kalimat :
  - Mungkin Sekarang Anda belum membutuhkan, tetapi bagaimana dengan besok ?
  - Anda bisa berpendapat karena Anda tidak mengalaminya, Bagaimana jika itu keluarga Anda?

Berpikir bahwa Customer seolah-olah tidak tahu

Tujuan: Lawan Komunikasi Mulai Menyadari sesuatu yang Penting di Balik Pengetahuanya.

Cara Penggunaan :

- Awali dengan Anggukan Kepala & Senyuman
- Ucapkan Komunikasi dengan Intonasi Penekanan Pada PEngetahuan Baru yang Anda Berikan

Contoh Kalimat :

- Mungkin Anda Juga mengetahui Bahwa……
- Anda Pasti Menyadari bahwa…….
- Tidak semua orang mengetahui…….

Berpikir seolah-olah bisa membaca pikiran Customer

Tujuan: Lawan Komunikasi Mulai Mengikuti Informasi atau Melakukan Persetujuan yang tidak disadari.

Cara Penggunaan :

- Awali dengan Anggukan Kepala & Senyuman
- Tambahkan Kata “Kan & Ya” di Akhir Kalimat
- Ucapkan Komunikasi dengan Intonasi Penekanan Pada tambahan Kata yang Anda Berikan

Contoh Kalimat :

- Sampai Disini Cukup dipahami Ya Pak?
- Seperti Tahap sebelumnya, Anda Sudah Lolos seleksi, Benar kan ?
- Jika Langkah mudah seperti ini tentunya Anda Mau Kan ?

Pertanyaan yang terselubung

Tujuan: Memunculkan Efek Penasaran dan menggerakkan Lawan Komunikasi untuk Merespon Lebih .

Cara Penggunaan :

- Awali dengan Anggukan Kepala & Senyuman (dilarang mengerutkan Dahi)
- Buat seolah-olah kita mempunyai rasa ingin tahu yang Tinggi
- Ucapkan Komunikasi dengan Intonasi Penekanan Pada Kata Penasaran atau Kalimat yang Memunculkan Rasa Ingin Tau

Contoh Kalimat :

- Saya Penasaran, Bagaimana Kronologinya dari sudut pandang Anda……..
- Saya ingin tau, bagaimana jadinya jika…….
- Saya tidak bisa membayangkan, apa yang terjadi jika…….

MARI KITA
SIMULASIKAN !



LATIHAN 6

A. Berlatih Framing & Reframing

MELALUI TULISAN

(ikuti Petunjuk Lembar Kerja)

LATIHAN 6

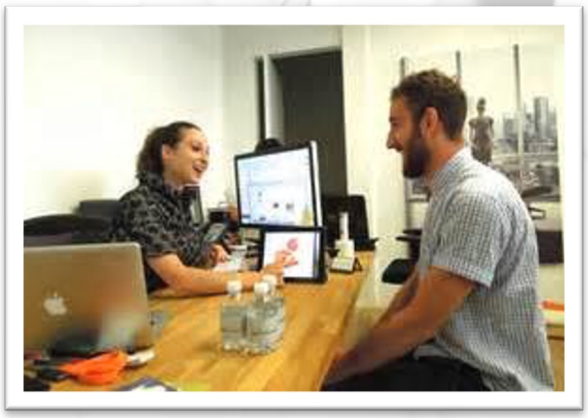
B. Berlatih Framing & Reframing

MELALUI KOMUNIKASI

(ikuti Petunjuk Lembar Kerja)

5S STRATEGI SERVICE EXCELLENCE

- Senyum
- Saling Sapa & Kenal
- Simpati (Lihat, Dengarkan & Respect)
- Solusi (Framing & Reframing)
- Sampaikan Terimakasih






4
STRATEGI MENGATASI
Keberatan atau Komplain



- Complainer Menderita karena kita
- Complainer adalah Guru Kita
- Complainer adalah Pecinta Sejati
- Complainer adalah calon loyal customer
- Selesaikan complain sesuai dengan prosedur management (SOP)

Prinsip Dasar
Handling Complaint

Dian Saputra 0812-4975-8328 www.sinergicorporaindonesia.co.id

Hal-hal yang perlu di hindari saat menerima & menyelesaikan komplain

1. Hindari menyelesaikan Komplain di dekat Keramaian
2. Hindari menyelesaikan Komplain dengan berdiri.
3. Hindari terpancing Emosi
4. Hindari mengulur waktu saat tindakan
5. Hindari Body Language yang buruk
6. Hindari kata-kata yang negative
7. Hindari Memandang hal lain selain Wajah



LAST Technique

Listen (Dengarkan)

Apologize (Minta maaf)

Solve (Beri Solusi)

Thanks (Ucapan Trims)



Listen (Dengarkan)

- Pastikan Anda Respect & Senyum
- Sikap Prima & posisi tangan di depan perut
- Saat Ada Jeda maka tunjukkan Body language Respect (Anggukan kepala,dll)
- Catat hal yang penting
- Jangan pernah sekalipun memotong pembicaraan. Walaupun solusi sudah bisa Anda temukan.

Apologize (Minta maaf)

- Awali dengan permohonan Maaf " *Baik, Mohon Maaf Bpk/Ibu atas ketidaknyamanan hal ini*"
- Tanyakan Nama " *Boleh kami tau dengan bapak/ibu siapa ini?*"
- Tetap Santun dan Senyum menghargai.
- Jadikan kondisi lebih nyaman.

Solve (Beri Solusi)

- Awali dengan ucapan " *Terimakasih sudah memberikan informasi kepada kami, Keluhan Bpk/Ibu sudah kami terima*".
- Berikan Solusi " *Baik, Bpk/ Ibu mengenai keluhan ini maka.....*"
- Jelaskan dengan detail langkah-langkah solusi tersebut. (jaga intonasi saat menyampaikan)
- Hindari perdebatan. (Jika complainer tetap keras kepala)
- Arahkan sesuai dengan prosedur yang berlaku
- Jika boleh maka Anda bisa meminta saran dan masukan sebagai pertimbangan solusi.
- Jika Solusi diluar kendali Anda maka Arahkan pada petugas pengananan yang lainnya.
- Kawal hingga complain terselesaikan.

Thank You (Ucapan Trims)

- Pastikan complain sudah terselesaikan dengan sempurna.
- Catat complain sebagai evaluasi diwaktu depan.
- Sampaikan Terimakasih " *Terimakasih Bpk/ibu sudah memberikan masukan berharga bagi kami. Senang rasanya kami bias membantu bpk/ibu.*
- *Jika Ada Form Complain maka minta pasien tanda tangan sebagai kepuasan pasien (penting untuk mengukur Indeks Kepuasan Pelanggan*

Menyampaikan Informasi Buruk

- Siapkan Mental dan Sikap Prima.
- Kondisikan Pada komplainer untuk percaya dan nyaman kepada Anda.
- Jika terjadi Luapan Emosi maka kondisikan untuk tenang dan berikan motivasi atau langkah penyelesaian yang praktis.
- Jika berlebihan untuk kondisi emosional komplainer maka lakukan metode LAST & STOP technique

LAST & STOP Technique

Listen (Dengarkan)

Apologize (Minta maaf)

Solve (Beri Solusi)

Thanks (Ucapan Trims)

Sabar

Tenang

Orientasi Solusi

Prioritaskan complainer



LATIHAN 7

Berlatih Handling Complaint

MELALUI KOMUNIKASI

(ikuti Petunjuk Lembar Kerja)

- Introduction Service Excellence
- Mengapa Service Excellence Penting ? (Alasan & Tujuan)
- Revolution Strategy Of Service Excellence
  - Mindset Service Excellence (Prinsip,Sikap Dasar, Self Conflict)
  - Persuasive Comunication of Service Excellence
    - Mind & Behavior Concept
    - Human Character with Body Language Analityc (DISC)
    - Persuasive Comunication Strategy
    - Handling Complaint Strategy



Revolution of Service Excellence

“Sejatinya, Anda adalah Kaki Tangan Tuhan yang di amanahi dan dipercaya serta diberikan kemampuan khusus untuk membantu menyelesaikan masalah makhlukNYA ”



You're The Best PERSON

Anda dipilih oleh Alloh untuk membawa perubahan besar dimulai saat ini

Anda bukan orang biasa tetapi ***Anda adalah orang luar biasa*** yang dipilih langsung oleh Alloh untuk mengubah kehidupan saat ini. Kesempatan Anda hanya sekali maka ***manfaatkan momen*** ini agar kelak Anda merasakan Hasil perubahan yang sudah Anda lakukan melalui ***Proses KEHIDUPAN***

