

# Module: Quality Management



MBA  
**CUSTOMER  
MANAGEMENT**

Kwaliteit in customer management. Er is geen andere factor die zoveel impact heeft op het verloop van klanten en medewerkers. Maar hoe geef je inhoud aan een kwaliteitsbeleid dat klanten blij maakt, medewerkers tevreden stelt en (interne) opdrachtgevers voldoening schenkt? En hoe rol je deze visie consistent uit over de interactieve contactkanalen en diverse organisatieonderdelen? Zie hier de focus van de module Customer Management!



## Module: Quality Management

Start:	Januari
Doorlooptijd module:	15 weken
Prijs:	€ 3.600,- (ex 350,- inschrijf-, dossier- en examenkosten)
Aantal deelnemers:	8-20 deelnemers
Bevat:	7 collegedagen, lesmaterialen en 8 studiepunten EC

### Resultaat

Na afronding van de module Quality Management heeft u inzicht in de gangbare modellen voor kwaliteitsmanagement en in de impact van deze modellen op de organisatie. Tevens bent u bekend met de relevante Nederlandse en Europese wet- en regelgeving aangaande kwaliteitsmanagement. U bent in staat om bij de organisatie passend kwaliteitsbeleid en kwaliteitsverbeterplannen te (laten) ontwikkelen en aan de implementatie daarvan leiding te geven. Uw persoonlijke effectiviteit wordt tijdens deze module vergroot door colleges verandermanagement waarin u leert om te gaan met relevante aspecten van veranderingen zoals organisatie-cultuur, 'comfort zones' en weerstanden tegen verandering e.d.

### Onderwerpen

Tijdens de module komen o.m. de volgende onderwerpen aan de orde:

- Kwaliteitsmanagement modellen, zoals ServQual, EFQM, INK, ISO, COPC, Lean en Six Sigma en hun betekenis voor organisaties en voor het management van klantcontacten over alle klantcontact kanalen. Europese Contact Center Standaard.
- Audits en procedures die aan kwaliteitsmanagement modellen en certificering zijn verbonden.
- Het beoordelen van kwaliteit van bedrijfs- en klantprocessen op basis van relevante kwaliteitsmanagement modellen en kengetallen.
- Relevante Europese wet- en regelgeving, en trends hierin, ten aanzien van het management van klantcontacten over alle klantcontact kanalen.
- Ontwikkelingen in nationale en internationale benchmarks en normen.
- Het uitvoeren van rendementsanalyses van kwaliteitsbeleid ten behoeve van het management van klantcontacten over alle klantcontact kanalen, rekening houdend met bijvoorbeeld het onderscheid in harde en zachte opbrengsten en kosten.
- Awareness creëren van de betekenis van kwaliteitszorg, en de daaraan inherente processen van continue verbetering, voor de organisatie en voor het management van klantcontacten over alle klantcontactkanalen.
- Het creëren van draagvlak voor veranderingen en het (laten) ontwikkelen en implementeren van kwaliteitsverbeterplannen, rekening houdend met relevante aspecten van verandermanagement,

zoals organisatiecultuur, 'comfort zones' en weerstanden tegen verandering e.d.

- Op basis van visie, desk- en field research, kwaliteitsbeleid ten behoeve van customer management formuleren.
- Het meten van klanttevredenheid en het bepalen van de drivers van de tevredenheid en loyaliteit van klanten.
- Het belang en de waarde van de Net Promotor Score (NPS).
- Het meten van medewerkertevredenheid en het bepalen van beleid om aan tevredenheid van medewerkers te werken.

### Praktijkopdracht 'The cost of poor quality'

Tijdens de module werkt de student voor de eigen organisatie, dan wel een organisatie waarmee de student een (werk)relatie heeft, een praktijkopdracht uit betreffende een probleemstelling op het terrein van QM. De relevantie van de probleemstelling en de praktijkopdracht worden door de betreffende organisatie erkend. De praktijkopdracht resulteert in een project- cq verbeterplan dat bij uitvoering leidt tot tenminste 20.000 euro aan besparingen en/of meeropbrengsten. Dit in het eerste jaar na uitvoering.

### Opbouw en duur

- Collegereeks Quality Management, Studiepunten 8 EC.
- Zelfstandig te volgen en/of als onderdeel van de MBA Customer Management.
- Doorlooptijd 15 weken: 7 Collegedagen (60 contacturen), 7 x donderdag.
- Tezamen met de contacturen tijdens de college bijeenkomsten en de praktijkopdracht, wordt uitgegaan van een studiebelasting van ca. 12-15 uur per week.

### SFCM Community

(Oud) studenten van School For Customer Management weten elkaar ook na de opleiding nog te vinden. We organiseren (alumni) event en faciliteren contact via onze LinkedIn groep, de Facebook pagina en Twitter.



School for Customer Management  
info@sfcml.nl  
www.sfcml.nl

De School for Customer Management is de start van uw toekomst. Met meer dan 25 jaar ervaring in opleidingen op het gebied van customer relations heeft Philipse Business School dit unieke initiatief gelanceerd voor senior management relaties.

Huidige Curricula: **European MBA Contactcenter Management**, onder accreditatie van FEDMA  
**MBA Customer Management**, onder accreditatie van NVAO

In samenwerking met uiteenlopende brancheorganisaties en gerenommeerde vertegenwoordigers uit het beroepenveld is de trend naar totaal customer management onderkend en verder vormgegeven in een zeer professioneel en toekomstzeker curriculum, de MBA Customer Management. Deze brede bedrijfskundige opleiding is opgezet vanuit de visie dat elk klantcontact van strategische waarde is voor elke onderneming, ongeacht via welk kanaal dit klantcontact tot stand komt en of het interne- of externe klanten zijn.

### Missie School for Customer Management

Het bevorderen van de ontwikkeling van huidige en toekomstige leiders in Customer Management.

Een initiatief van: Philipse Business School

**PHILIPSE**  
BUSINESS SCHOOL