

שם הקורס: טכנולוגיה וחדשנות בתחום שירות

289.2073

שם מרצה: ד"ר נדב גולדשמידט

תוכן הקורס:

שתי מהפכות משמעותיות התרחשו בעולם העסקים ב-30 השנים האחרונות: מהפכת השירות ומהפכת הטכנולוגיה. ענף השירותים הפך להיות הגורם הדומיננטי בכלכלת המדינות המערביות (מהווה כ-75 אחוז מהתוצר הלאומי הגולמי). הטכנולוגיה הפכה להיות חלק אינטגרלי מכל דבר שנעשה בארגון ובחיינו הפרטיים.

בעשור האחרון תפסה הטכנולוגיה מקום דומיננטי במערך שירות הלקוחות ושינתה אותו ללא הכר. האינטרנט, מערכות לניהול קשרי לקוחות ומערכות אוטומטיות לשירות עצמי מאפשרים לארגונים לספק ללקוחות את השירות שהם רוצים, בדרך שהם רוצים, בכל מקום בו הם נמצאים ולאורך כל היום. ההתפתחות הטכנולוגית המתמדת הביאה לכך שרובוטים, רחפנים ומציאות מדומה הופכים את אט להיות חלק במתן שירות ללקוחות.

האפשרויות הרבות הנפתחות בתחום השירות בזכות הטכנולוגיה מפיחות רוח של התלהבות בארגונים. על אף ההתלהבות הגדולה והפוטנציאל העצום הטמון בטכנולוגיה, מספר הכישלונות ביישומה לא פחותה ממספר ההצלחות.

חברות נכשלות פעם אחר פעם בשימוש בטכנולוגיה בתחום השירות. מערכות לניתוב אוטומטי של שיחות גורמות למירמור ותסכול בקרב הלקוחות. מעט מאוד ארגונים משתמשים ברשתות החברתיות לתת שירות מהיר ויעיל. אתר האינטרנט של חברות אינו אפקטיבי במתן שירות. מערכות טכנולוגיות פנים ארגוניות אינן מצליחות לייעל את השירות הפנים-ארגוני ולדחוף את הארגון קדימה. מדוע חברות לא מצליחות לממש את הפוטנציאל הטמון בטכנולוגיה? מאין נובע הקושי הגדול בהטמעה אפקטיבית של טכנולוגיה במערך השירות? למה ארגונים לא מצליחים ליצור חוויית שירות דיגיטלית איכותית ללקוחותיהם? תשובות לשאלות אלה ואחרות יקבלו מענה בקורס.

מטרות הקורס: להקנות לסטודנטים ידע תאורטי ומעשי כיצד להשתמש בטכנולוגיה ליצור חוויית שירות דיגיטלית איכותית, פשוטה ומהירה ללקוחות.

תוצרי למידה – בסוף הקורס הסטודנט ידע:

- כיצד להשתמש בטכנולוגיה ליצירת חוויית הלקוח.
- להתאים את הטכנולוגיה לאנשים המשתמשים בה – עובדים ולקוחות.
- מונחים שונים כגון: Big Data, Customer Analytics and Omni-channel.
- להגדיר, להבין ולהשתמש נכון ב-CRM.
- להטמיע טכנולוגיה בצורה נכונה בארגון.

מהלך השיעורים: ההרצאות מתבססות על אקדמיה יישומית – שילוב של ידע ומחקרים חדשניים עם כלים מעשיים בהם משתמשים בארגונים בארץ ובעיקר בעולם.

השיעורים ילוו בדיונים על מאמרים, סרטונים של טכנולוגיה בשירות ודוגמאות מהעיתונות והחוויות היום-יומיות שהסטודנטים נתקלים כלקוחות בזמן קבלת שירות מארגונים.

תכנית הוראה מפורטת לכל השיעורים:

מס' השיעור	נושא השיעור	קריאה נדרשת	הערות
1 + 2	תחום השירות וחויית הלקוח <ul style="list-style-type: none"> מה לקוחות רוצים? קשיים ביצירת חויית שירות. הקשר בין שירות, רווחים והצלחה. 		
3 + 4	הלקוחות במרכז העשייה הארגונית <ul style="list-style-type: none"> הלקוח במקום הראשון. ללכת בנעלי הלקוח ולהסתכל מנקודת מבטו. חוקי יסוד בבניית ארגון ממוקד לקוח. 		
5 + 6	טכנולוגיה ושירות - השילוב <ul style="list-style-type: none"> מקומה של הטכנולוגיה. מודל הטכנולוגיה. יתרונות/חסרונות. תפקידים. 		
7 + 8	טכנולוגיה חוץ ארגונית - ללקוחות <ul style="list-style-type: none"> אינטרנט. טכנולוגיה בשירות עצמי. אפליקציות. צמידים חכמים. מציאות מדומה. רשתות חברתיות. רובוטים. SoLoMo 		
9 + 10	טכנולוגיה פנים-ארגונית: למנהלים ועובדים <ul style="list-style-type: none"> CRM. ייעול ושיפור המערכת. ייעול ושיפור העובדים. Omni Channel 		
11 + 12	הבנת דפוסי התנהגות <ul style="list-style-type: none"> Big Data. Customer Analytics. 		

		<ul style="list-style-type: none"> הפיכת מידע לתובנות. 	
		<ul style="list-style-type: none"> סיכום הקורס: טכנולוגיה ושירות - ההטמעה. כללים ליצירת חוויית שירות דיגיטלית איכותית. מבט אל העתיד. 	14 + 13

ג. חובות הקורס:

דרישות קדם: אין

חובות / דרישות / מטלות:

קריאת הביבליוגרפיה בהתאם לנושאי הלימוד לפני כל שיעור.
נוכחות של לפחות 80% מהשיעורים

מרכיבי הציון הסופי: 100% מבחן סופי

ד. ביבליוגרפיה: (חובה/רשות)

ספרים
1.

מאמרים

- 2.
3. Loveman, G. (2003). Diamonds in the data mine. *Harvard Business Review*, 81(5), 109-114. (תדפיס)
- 4.