

CX-BOK

1-2/2023

(53)

Biuletyn Obsługi Klienta

**OD MENEDŻERA DO DORADCY — 20 LAT W BRANŻY CX
JAKI WPŁYW NA FIRMĘ MA WŁAŚCICIEL cz.9**

BŁĘDY W PROCESACH SZKOLENIOWYCH #5

SPOSOBY OCENY PERSONELU OPERATORSKIEGO Cz.5.

PARAMETRIZACJA DZIAŁAŃ W OBSŁUDZE Cz.13

ŚRODOWISKO, KOSMOS i MARKETING

Pana zdrowie Panie KOTLER

Biuletyn Obsługi Klienta

Głównym graczem rynkowym staje się coraz częściej klient. Powoduje to zmiany w sposobie działania wielu firm i upowszechnianie narzędzi służących podnoszeniu jakości współpracy z nabywcami i użytkownikami produktów i usług.

BOK to periodyk branżowy środowiska zajmującego się profesjonalnie zagadnieniami związanymi ze sprzedażą, obsługą, wsparciem, serwisem oraz rozpatrywaniem reklamacji i skarg klientów.

W biuletynie poruszane są następujące zagadnienia:

- określanie znaczenia obsługi klienta w strategiach firm
- tworzenie efektywnych modeli biznesu z uwzględnianiem roli klienta
- przygotowanie do sprzedaży i przedsprzedaż
- sposoby docierania do klienta
- badania jakości świadczenia usług sprzedażowych i posprzedażowych
- techniki negocjacyjne i sprzedażowe w obsłudze klienta
- relacyjność i utrzymywanie kontaktów z nabywcami i użytkownikami
- efektywność wykorzystywania narzędzi obsługi i narzędzi wsparcia obsługi
- narzędzia i sposoby przyspieszania edukacji zawodowej
- twarze rynku customer experience w kraju i na świecie
- ciekawe opisy strategii i modeli biznesowych na świecie
- benchmarki na rynku CX i CEM
- nowości w dziedzinie oceny personelu pracowniczego i menedżerskiego w branży CX
- aktualności ze świata obsługi klienta.

Wydawcą Biuletynu Obsługi Klienta są



CCMS•WYDAWNICTWA

Spis treści

3. Tytułem wstępu...

4. Od menedżera do doradcy w niecałe 20 lat – wywiad z Maciejem Wielkopolanem cz.1.

8. Jaki wpływ na firmę ma jej właściciel cz.9.

14. Szkolenia wewnętrzne i zewnętrzne cz.8.

21. Sposoby oceny personelu cz.5

27. Parametryzacja działań w obsłudze klienta cz.13.

36. Środowisko, kosmos i marketing

2023



Szanowni Państwo,

Pięćdziesiąty trzeci numer naszego biuletynu został złożony. Cieszymy się bardzo, bo końcówka poprzedniego roku nie była spokojna. Duzo nieoczekiwanych zmian, wiele spraw bieżących, również związanych z tym, że jak co roku, ostatnie miesiące odciągnęły naszych autorów od tworzenia treści, bo ... znowu na ostatnią chwilę musieliśmy przygotowywać nowe szkolenia i uwzględnić, uczestnicząc w rozmaitych branżowych spotkaniach i aktywnościach diagnostycznych, tzw. potrzebę chwili. Nie lubimy braku systematyczności, ale czasami i nam się to przydarza. Bardzo za to, co się właśnie stało, przepraszamy.

Z niewielkim opóźnieniem publikujemy nowe treści, kontynuujemy rozpoczęte wcześniej wątki. I choć wydaje się, że obszar obsługi klienta ma swoje granice, to przybywa nowych pomysłów na artykuły szybciej, niż się tego spodziewaliśmy. Szafa z nowymi artykułami się zapełnia i do końca roku wiemy, jakie tematy będziemy poruszać.

Ale cieszy nas również fakt, że przybywa nam nowych autorów, chcących promować swoje firmy, jak i siebie samego. Coraz więcej osób ze środowiska eksperckiego zgłasza swój akces do publikowania swoich przemyśleń na naszych łamach.

Będzie więc w tym roku jeszcze większa różnorodność tematów i stylów. Z korzyścią dla czytelników, zwłaszcza dla prenumeratorów.

Coraz większą satysfakcję daje nam też przygotowywanie addycji audiobookowych, dających szansę poznania nie tylko treści ale również stylów i charakterów naszych autorów. Ale... tu trzeba być prenumeratorem. To ten jeden z przywilejów.

Życząc spokojnego (mimo tego co się aktualnie dzieje w Europie) roku i radości z podnoszenia świadomości branżowej bez oznak fanatyzmu, zachęcamy do poszerzania grona naszych prenumeratorów. Prenumeraty zbiorowe, to dodatkowe przywiłeje, także te o charakterze szkoleniowym i doradczo-eksperskim.

W imieniu redakcji Biuletynu CX-BOK
życzy
Sylwester Kućmierowski

Luty, 2023

CX-BOK

Biuletyn Obsługi Klienta

CX-BOK jest miesięcznikiem branżowym środowiska zajmującego się profesjonalnie zagadnieniami związanymi ze sprzedażą, obsługą, wsparciem, serwisem oraz rozpatrywaniem reklamacji i skarg klientów.

Kontakt do redakcji

ccms.polska@gmail.com

tel. +48 519 07 0 0 03

<http://cxm.com.pl/kontakt>
[facebook.com/BOK.customercare/](https://www.facebook.com/BOK.customercare/)

Prenumerata:

<http://cxm.com.pl/bok>

Zespół redakcyjny

Sylwester Kućmierowski
Piotr Merkel

Zespół autorów

Sylwester Kućmierowski
Piotr Merkel
Jakub Trochim

Dostępność: 12.080 czytelników
Nakład papierowy 3394 egz.

Sekretariat Wydawnictw

tel. +48 519 070 003

Komunikacja Marketingowa i Reklama

ccms.polska@gmail.com

tel. +48 519 070 0 03

Zdjęcia i ilustracje:
Pixabay, Unsplash, Fotolia by Adobe,
materiały własne i nadesłane przez
rozmówców.

Od menedżera do doradcy 20 lat w branży CX

Teleperformance Polska to moje dziecko

Ze swoim gościem

rozmawia

Sylwester Kućmierowski



Dzisiejszą rozmowę odkładaliśmy jakiś czas, gdyż codzienne sprawy nie pozwalały nam się spotkać. Tak bywa w czasach, kiedy nadal osobiste spotkania stają się czymś, co moglibyśmy nazwać oderwaniem się od wirtualnego życia. Nadal nic tak nie wspomaga utrzymywania ciepłych relacji między ludźmi, jak wspólny lunch i możliwość swobodnego rozmawiania o sprawach, które znajdują się sferze wspólnego zainteresowania.

*Dzisiaj rozmawiam z **Maciejem Wielkopolanem**.*

Kim jest? - jeszcze pięć lat temu powiedziałbym, że przyznawanie się do nieznanego nazwiska najbardziej zasłużonych osób w świecie telefonicznego marketingu klienta, w Polsce, nie przystoi ludziom zajmującym się obsługą klienta i zarządzaniem obszarami związanymi z klientem. Nie ma dzisiaj w młodych ludziach dostatecznej chęci poznawania źródeł i historii tego elementu marketingu operacyjnego, czyli inaczej mówiąc marketingu odklienckiego, nad czym sam boleję.

Maciej, to wieloletni szef jednej z największych firm outsourcingowych, zajmujących się obsługą klienta, pierwszej dekady XXI wieku - Teleperformance Polska. Dzisiaj konsultant, doradca, inwestor i integrator branży, co wiąże się z nadal piastowaną funkcją członka zarządu Polskiego Stowarzyszenia Marketingu SMB (dawnej Stowarzyszenie Marketingu Bezpśredniego).

Dla tych, którzy zaniedbali swoją edukację i nie znają nazwisk tych herosów branży, nasze pierwsze spotkanie z ich reprezentantem, by umożliwić młodym dynamicznym menedżerom zasypanie braków wiedzy.

- Maćku, cieszę się, że w końcu udało nam się porozmawiać. Umawialiśmy się na tę rozmowę chyba już kilka lat. Pierwsze spotkanie odbyć się miało na długo przed ogłoszoną Pandemią covidową. Później izolacja też nie dała nam tej sposobności, ale w końcu jest. Udało się.

Obaj jesteśmy już chyba weteranami branży obsługi klienta, choć bardziej do nas przyłgnęły określenia w stylu: twarze /kreatorzy branży call center w Polsce. Ale, co warto podkreślić na początku naszej rozmowy, bardziej utożsamiani jesteśmy nie z technologią tylko operacyjnym i zarządzającym aspektem tych specyficznych biznesowych działań.

Co teraz słychać u Ciebie (tak będziemy się tytułowali, bo znamy się przecież od 1994 roku)?

- Moje życie po odejściu z Teleperformance jest zupełnie inne. Teraz głównie doradzam innym w zakresie pomocy organizacyjnej. Podpowiadam i opiniuję jak zrobić dobrze to, co sam w swoich przedsięwzięciach z sukcesami realizowałem wcześniej. Pomimo tego, że posiadam zawodowy i edukacyjny szlif menedżerski i uwielbiam zarządzać zespołami ludzkimi, to tak się dzieje, że ostatnio czynię to głównie w formule Interim Managementowej. Jestem ekspertem wzywającym w sytuacjach, kiedy firmy mają wątpliwości i chcą, oczekują pomocy z zewnątrz. Czasami takie doradzanie to 3-4 spotkania, czasami trwa to całe lata. Wszystko zależy od potrzeb i możliwości.

Dzisiaj wraz z ludźmi dawniej reprezentującymi moją konkurencję, tworzymy zespół, który jest w stanie wesprzeć praktycznie każdą inicjatywę na rynku. Zwłaszcza w obszarach sprzedaży i obsługi klienta przy wykorzystaniu kanałów zdalnych. Nie stroniemy też od mediów społecznościowych, które odgrywają bardzo ważną rolę we współczesnym biznesie i od doradzania technologicznego, bo i w tym kierunku posiadamy wartościowe i bardzo cenione kompetencje.

Gdybyś zapytał mnie teraz o to, jak bardzo udzielam się w środowisku, nie jestem w stanie odpowiedzieć

www.cxm.com.pl/bok

CCMS.WYDAWNICTWA

CCMS.WYDAWNICTWA

CCMS.WYDAWNICTWA

Pełna treść CX-BOK Biuletynu Obsługi klienta dostępna jest wyłącznie dla prenumeratorów periodyku.

CCMS.WYDAWNICTWA

CCMS.WYDAWNICTWA

CCMS.WYDAWNICTWA

Prenumerate można zamówić pod adresem ccms.polska@gmail.com lub pod linkiem www.cxm.com.pl/bok

CCMS.WYDAWNICTWA

Reklama roczna CX-BOK to 190 PLN brutto

CCMS.WYDAWNICTWA

tyków, czy nawet wrogów i wykluczani, pomimo swoich ogromnych zasług.

Ja jestem co prawda poza obszarem działania takich firm, ale widzę to, co tam się dzieje. A nie dzieje się dobrze.

stron miała swoją czerwoną linię, której nie chciała przekroczyć i to się udało. Przekroczenie jej oznaczałoby klęskę i to dla obydwu stron.

www.cxm.com.pl/bok

CCMS.WYDAWNICTWA

CCMS.WYDAWNICTWA

CCMS.WYDAWNICTWA

Pełna treść CX-BOK Biuletynu Obsługi klienta dostępna jest wyłącznie dla prenumeratorów periodyku.

CCMS.WYDAWNICTWA

CCMS.WYDAWNICTWA

CCMS.WYDAWNICTWA

Prenumerate można zamówić pod adresem ccms.polska@gmail.com lub pod linkiem www.cxm.com.pl/bok

CCMS.WYDAWNICTWA

Reklama roczna CX-BOK to 190 PLN brutto

CCMS.WYDAWNICTWA

ze stron nie wahała się ani trochę. To też kwestia samej techniki prowadzenia rozmów. Każda ze

późniejsze działania...

Ciąg dalszy w CX-BOK 54

Sprzedaż to nie tylko zespoły handlowców to cały proces i zmieniające się środowisko

Maciek, wieloletni prezes Stowarzyszenia Marketingu Bezpośredniego i wiodących firm z branży Call Center

+ ZAPYTAJ O OPTYMALIZACJĘ DZIAŁAŃ MARKETINGOWYCH



Rozumiemy, że czas to pieniądz, szybko znajdujemy problemy i rozwiązania – wdrażając najlepsze procesy, usługi i rozwiązania.

 <p>< 45</p> <p>dni na pierwsze efekty</p>	 <p>> 100</p> <p>pytań do analizy</p>	 <p>> 10</p> <p>zoptymalizowanych procesów</p>	 <p>> 5 %</p> <p>średnia poprawa wyników</p>
--	---	--	--

Działamy szybko i efektywnie. Analiza i pierwsze optymalizacje w 45 dni, analizujemy co najmniej 100 różnych czynników i procesów, przygotowujemy co najmniej 10 zoptymalizowanych procesów, które zapewnią Twojemu biznesowi co najmniej 15% poprawę wyników.

Consultants

Doświadczony zespół doradców i ekspertów w zakresie optymalizacji sprzedaży, CallCenter, IT, e-commerce, wsparcia i doradztwa IT, cybersecurity, RODO.

Kontakt

📍 Warszawa, Polska
 ✉️ biuro@consultants.pl
 ☎️ 22 244 52 07

Nasze usługi

- * Cybersecurity i RODO
- * Optymalizacja sprzedaży
- * Outsourcing procesów (BPO)
- * Pozyskiwanie inwestorów
- * Consumer Protection
- * Obsługa klienta
- * Contact center
- * E-commerce
- * IT

Case Studies



OBSŁUGA KLIENTA
Firma pożyczkowa



OBSŁUGA KLIENTA
Rozgłośnia radiowa



OBSŁUGA KLIENTA
Linie lotnicze

Jaki wpływ na firmę ma jej właściciel? Cz.9.

Ale jest jeszcze jeden ważny aspekt, o którym mówi się zbyt rzadko, a który poniekąd dotyczy także kwestii właścicielskich. Oczywiście wielu powie: eee.. to występuje tak rzadko, że nie warto o tym mówić. Odpowiem wiem (zanim nazwę rzeczy po imieniu) więc tak, każde morderstwo powinno być wyjaśnione, a musi być wyjaśniane, bo dotyczy sprawy najważniejszej: bezpieczeństwa osobistego, gwarantowanego przez system, ustrój i zależności społeczne. Tak więc nazywam, działanie na granicy prawa i poza nim, wytwarzać może w firmie nieprawdopodobnie skomplikowane relacje i zależności osobiste, które potrafią system zarządzania wywrócić niejednokrotnie do góry nogami. I to w wielu aspektach. Nieformalnego zwierzchnictwa czy zależności (ktoś kogoś „trzyma za gardło” i wymusza decyzje „niestandardowe”) czy celowego wpływania na decyzje, w charakterze mafijnego przywódcy.

Czy to jest częsty przypadek? - nie wiem. Ale o istnieniu takich przypadków, *post factum* dowiadywałem się. A, że system polityczno społeczny raczej się skundlił niż naprawił, to i mogę zakładać, że jest tego na pewno nie mniej.

Zdarza się, że chcąc dokonać jakiegoś nietypowego dzieła stajemy, jako menedżerowie i właściciele przed dylematem, czy aby na pewno jest to działanie w 100% uczciwe i transparentne na systemu? I zdarza się, że odpowiedź nie jest jednoznaczna lub jest jednoznaczna a brzmi nie jest.

Wszystkie działania z tym związane od tego momentu i wszyscy ludzie w tym uczestniczący lub o tym wiedzący wytwarzają mafijno podobne mechanizmy w stylu : każdy każdego trzyma mocno za ...gardło, choć w takich porównaniach pojawiają się też i inne części ludzkiego ciała. Efekt jest taki, że ludzie mają w sobie ukryty

mechanizm (niektórzy, niektórzy ludzie, bo mam jednak nadzieje, że nie wszyscy bez wyjątku) silniejszego niż normalnie oddziaływania na swego podwładnego, ale i zwierzchnika. I im prawa jest bardziej skomplikowana a nawet im bardziej jest nieuczciwa (wyołbrzymiam sformułowanie dla łatwiejszej interpretacji) tym siłą oddziaływania jest silniejsza.

Brak niezależnej kontroli w postaci niezależnych audytów, wcześniej czy później wytwarza warunki, w których zakresy nieformalnego oddziaływania ulegają znacznemu poszerzeniu i pogłębieniu, i nagle staje się tak, że w firmie i firmą przestaje się zarządzać zgodnie ze sztuką zarządzania, a struje się ją z pozycji autorytarnej, nie poddawanej jakimkolwiek dyskusjom.

Zarządzanie czy pełnienie swoich zadań na powierzonych menedżerom stanowiskach staje się utopią.

I jest to poniekąd odpowiedź na pytanie, dlaczego zarządy i dyrekcje trzeba zmieniać co jakiś czas (choć to nie jest jedyny powód) dla dobra firmy. I nie zawsze sukcesja jest najlepszym rozwiązaniem. Bo sukcesja bardzo często utrzymuje status dotychczasowych relacji i działań.



Mam też wrażenie, że część nieuczciwych, zde- W sytuacji kiedy żadne formalne zależności go nie maskowanych menedżerów z łatwością zamienia dotycza, zwykle kładzie uszy na siebie i realizuje to

www.cxm.com.pl/bok

CCMS.WYDAWNICTWA

CCMS.WYDAWNICTWA

CCMS.WYDAWNICTWA

Pełna treść CX-BOK Biuletynu Obsługi klienta dostępna jest wyłącznie dla prenumeratorów periodyku.

CCMS.WYDAWNICTWA

CCMS.WYDAWNICTWA

CCMS.WYDAWNICTWA

Prenumerate można zamówić pod adresem ccms.polska@gmail.com lub pod linkiem www.cxm.com.pl/bok

CCMS.WYDAWNICTWA

Reklama roczna CX-BOK to 190 PLN brutto

CCMS.WYDAWNICTWA

Stało się tak, także dzięki temu, że socjalny , a zacji gospodarczych, w funkcjonowaniu jego firm. może bardziej socjalistyczny system zarządzania Poruszyłem może nieć może dziesięć procent

www.cxm.com.pl/bok

CCMS.WYDAWNICTWA

CCMS.WYDAWNICTWA

CCMS.WYDAWNICTWA

Pełna treść CX-BOK Biuletynu Obsługi klienta dostępna jest wyłącznie dla prenumeratorów periodyku.

CCMS.WYDAWNICTWA

CCMS.WYDAWNICTWA

CCMS.WYDAWNICTWA

Prenumerate można zamówić pod adresem ccms.polska@gmail.com lub pod linkiem www.cxm.com.pl/bok

CCMS.WYDAWNICTWA

Reklama roczna CX-BOK to 190 PLN brutto

CCMS.WYDAWNICTWA

KATALOG E-SZKOLEŃ

ANALIZY ROZMÓW TELEFONICZNYCH

CCMS.POLSKA Q3-Q4 2021



SAMOEDUKACJA W BOK, DOK, CC

Ponad 70

symulacji tematycznych

na www.cxm.com.pl/ccms2021.html

TRUDNY KLIENT

Dzięki tej e-lekcji, konsultant powinien przyswoić sobie zasady postępowania z trudnym klientem, który nie daje sobie wytłumaczyć, że miejsce do którego się dodzwonił nie jest właściwe dla sposobu rozwiązywania jego problemu.

Konsultant musi obrać najlepszy dla tej sytuacji sposób prowadzenia rozmowy, która będzie w miarę spokojną, ma spowodować właściwe refleksje i konkluzje w umyśle klienta.

Sięganie do cech dokumentów, a wcześniej także używanie argumentów, które finalnie mobilizują klientkę do właściwego postępowania, okazują się tutaj skuteczną formułą radzenia sobie z nieznośną, wrogo nastawioną osobą.

Należy pamiętać, że rozmowy tego typu muszą być traktowane jako rodzaj lamigłówek, która skutecznie należy, jak najrybniej rozwiązać.

Cena podstawowa licencji obowiązującej przez 30 dni od uiszczenia opłaty licencyjnej dla klienta indywidualnego i 28 dni dla klienta instytucjonalnego, wynosi:

52,50 PLN brutto

ART.-032

inbound sytuacyjny rozmowa z trudnym klientem, który nie daje sobie wytłumaczyć prawdy

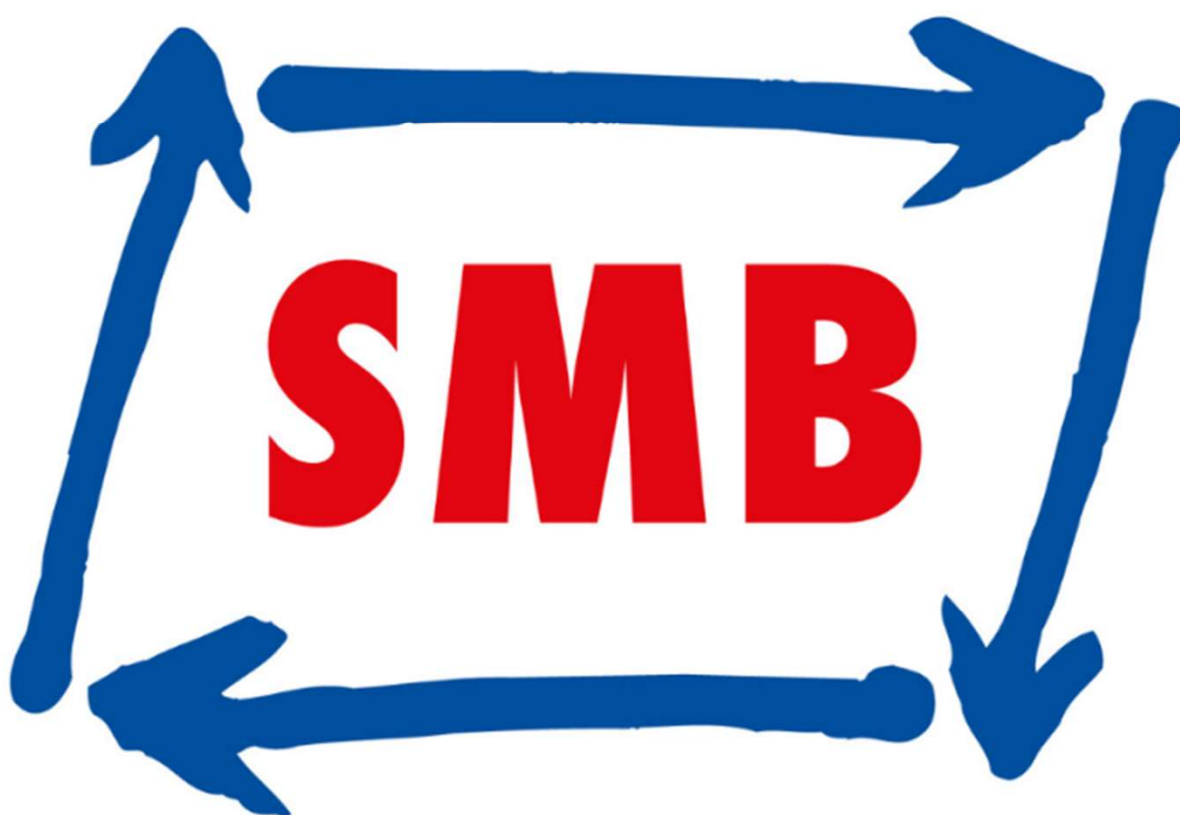
Postawa klienta:

- Zbulwersowana klientka domaga się rozwiązania jej problemu w sposób bezwzględny, w miejscu nie przeznaczonym do tego typu aktywności
- Jest agresywna i dominująca i żadne racjonalne argumenty jej nie przekonują

Trudności w rozmowie:

- Próba przejęcia inicjatywy w rozmowie
- Zachowanie spokoju i wyłącznie merytoryczne argumenty w rozmowie
- Konieczność usztywnienia własnej postawy, w celu zablokowania potrzebnych informacji
- Zmanipulowanie zarzeń w sposób, który później okazuje się skutecznym rozwiązaniem problemu błędnego połączenia z nią tą instytucją, z którą należało się połączyć
- Niezwykle trudne jest zachowanie spokoju i należy nie odbierać żadnych elementów, jako złośliwości wymierzonych we mnie (w konsultanta)

ART-032



Polskie Stowarzyszenie Marketingu
<http://smb.pl>

WIELKIE

środowiskowe korzyści

f in Newslett



SMB ▶ Dołącz do nas ▶ Standardy ▶ Rady ▶ Edukacja ▶ Konkursy ▶ Tarcza Finansowa 2.0



NA CIEKAWĄ
CZASĘ

Wspólne oraz spójne postrzeganie biznesu

Szkolenia wewnętrzne i zewnętrzne cz.8

Błędy w procesach szkoleniowych #5

Unikanie błędów szkoleniowych to jeden z najważniejszych aspektów zarządzania potencjałem ludzkim w firmie. I choć jest to temat oczywisty, to z reguły realizowany jest sposób wysoce niedoskonały. A często bezrozumny. Jak więc to zrobić dobrze?

Zagadnienie jest skomplikowane ale zasady umożliwiające wybrnięcie z kłopotliwej sytuacji mogą sprawić, że podążając metodyczną ścieżką następstw w określaniu szczegółów, szybko dotrzemy do schematu, który da nam rozwiązanie wszystkich napotkanych problemów.

Najpierw należy wziąć czystą kartkę papieru i długopis. Nie zaglądając do swoich notatek odpowiedzieć samemu sobie, co takie szkolenia mają dać członkom mego zespołu i czy każdy z nich, ma podobne lub takie same oczekiwania. Jeśli tak? – to już połowa sukcesu. Jeśli nie?- to też połowa sukcesu, bo wiadomo już od tej chwili, w jaki sposób postępować dalej.

To wzięcie kartki papieru wydać się może zbyt trywialne ale jest skuteczne. Proszę mi uwierzyć. Zapisanie czegoś jest wielokrotnie skuteczniejsze niż powiedzenie o czymś głośno, a samo to, już w wielu sprawach wielu ludziom pomaga.

Ustalając cel wspólny dla członków grupy swoich pracowników lub dla w miarę jednolitej ich podgrupy, zaczynamy mieć kontrolę nad tym, co może pomóc nam, moi pracownikom w przyszłości. Co można osiągnąć i co może stanowić swoistą wykładnię dla określenia zawartości i charakteru szkolenia. Nie starajmy się na siłę tworzyć planu szkolenia koniecznie dla wszystkich. Zaakceptujmy fakt, że wszystkim na raz nie należy się nigdy to samo, że nie mogą oni dostawać od organizacji czegoś, co nie uwzględnia ich osobistej różnorodności. Dostęp do ważnych elementów musi być równy, natomiast konieczność edukowania wszystkich w takim

samym okresie ma być przywilejem pracownika, a nie bezwzględną koniecznością nie uwzględniającą tego, czy komuś coś jest potrzebne, czy jest absolutnie zbyteczne. Oczekując przesadnej i nieuzasadnionej równości robimy sami sobie i swoim pracownikom krzywdę.

Oczywiście rolą menedżera nie jest jedynie podejmowanie decyzji, a przede wszystkim informowanie o związkach, potrzebach, mechanizmach tych, którzy chcą być doinformowani i na których prace ten stosunek zwierzchników do pracowników jest właściwy. Niedopuszczenie konkretnej osoby bowiem może mieć charakter karcący (nie zasłużony), jak i doceniający (tobie nie jest to potrzebne, ty masz to już we krwi, jesteś lepszy od innych, więc nie marnujmy niepotrzebnie twojej energii i czasu).

Bez właściwego komunikatu, z reguły wytwarza się środowisko sprzyjające plotkom i różnym domysłom: „ten, to musiał podpaść, może go zwolnią!”, gdy prawda znajduje się zupełnie gdzie indziej: „testy wykazały, że im to szkolenie nie jest potrzebne, a wy musicie podnieść swój poziom świadomości o określonych mechanizmach”.

PODSTAWY KOMUNIKACJI

ver. 0.0.1



CCMS

www.cxm.com.pl/ART-szkolenia

Kolejnym zagadnieniem, o którym warto stale pamiętać jest to, w jaki sposób szkolenia mają być organizowane i jak

www.cxm.com.pl/bok

CCMS.WYDAWNICTWA

CCMS.WYDAWNICTWA

CCMS.WYDAWNICTWA

Pełna treść CX-BOK Biuletynu Obsługi klienta dostępna jest wyłącznie dla prenumeratorów periodyku.

CCMS.WYDAWNICTWA

CCMS.WYDAWNICTWA

CCMS.WYDAWNICTWA
 Prenumeratę można zamówić pod adresem ccms.polska@gmail.com lub pod linkiem www.cxm.com.pl/bok

CCMS.WYDAWNICTWA

Reklama roczna CX-BOK to 190 PLN brutto

CCMS.WYDAWNICTWA

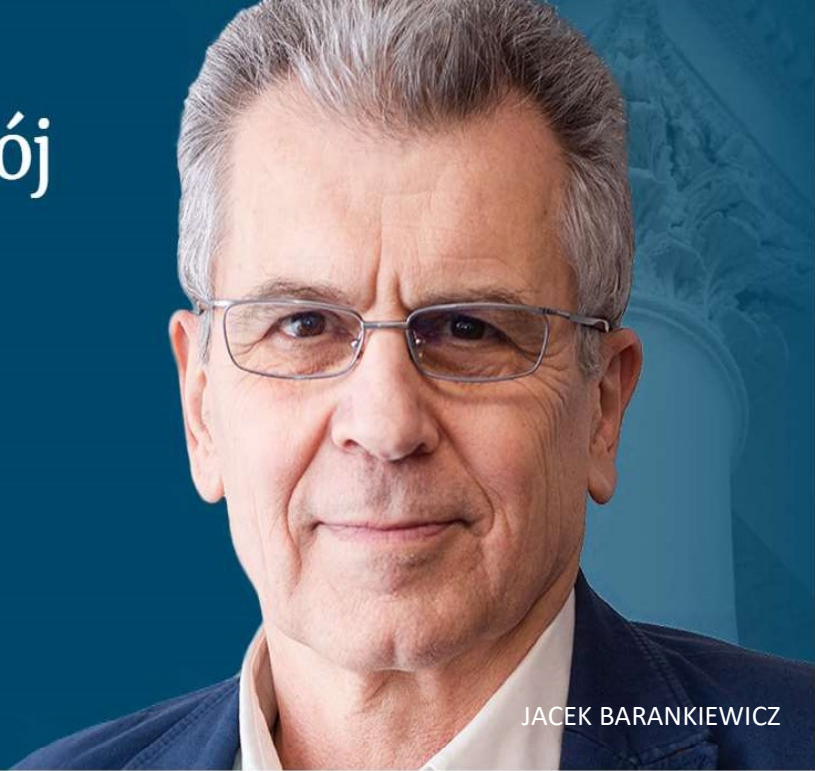
zjawiska.

ZMIANY W PROCESACH SPRZEDAŻY TO JEDYNA STAŁA

Optymalizacja i rozwój sprzedaży i BPO Experiences

Jacek, nasz ekspert w zakresie Business Process Outsourcing i procesów sprzedażowych

+ SKONTAKTUJ SIĘ W SPRAWACH BPO I SPRZEDAŻY

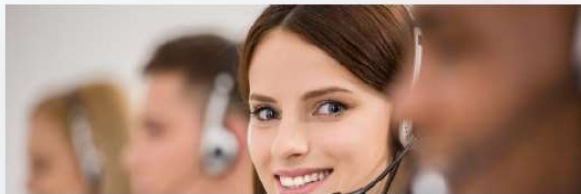


JACEK BARANKIEWICZ

Nasze specjalizacje i obszary działań eksperckich

+ ZOBACZ WIĘCEJ

Wszystkie E-commerce Inwestycje IT Outsourcing Sprzedaż



Contact Center

WIĘCEJ >



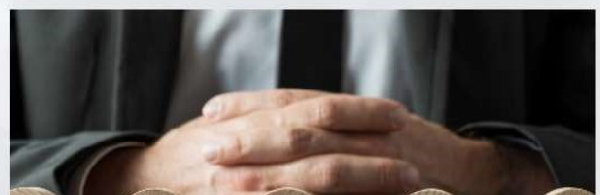
Optymalizacja sprzedaży

WIĘCEJ >



Pozyskiwanie inwestorów

WIĘCEJ >



Obsługa klienta

WIĘCEJ >

BOGATE DOŚWIADCZENIE DZIĘKI ZRÓŻNICOWANEJ BAZIE KLIENTÓW

Zespół ekspertów z obszaru BPO, sprzedaży, obsługi klienta, cybersecurity, IT, RODO.

Wiemy jak skutecznie sprzedawać, optymalizować procesy, dobierać rozwiązania IT, budować własne zespoły eksperckie w organizacji.

biuro@consultants.pl

Myśląc procesowo można założyć, że edukacja szkoleniowa w jednostce organizacyjnej przebiegać

przynieść pozytywny skutek

- określenie następstw szkolenia i sposobów wery-

www.cxm.com.pl/bok

CCMS.WYDAWNICTWA

CCMS.WYDAWNICTWA

CCMS.WYDAWNICTWA

Pełna treść CX-BOK Biuletynu Obsługi klienta dostępna jest wyłącznie dla prenumeratorów periodyku.

CCMS.WYDAWNICTWA

CCMS.WYDAWNICTWA

CCMS.WYDAWNICTWA
Prenumerate można zamówić pod adresem ccms.polska@gmail.com lub pod linkiem www.cxm.com.pl/bok

CCMS.WYDAWNICTWA

Reklama roczna CX-BOK to 190 PLN brutto

CCMS.WYDAWNICTWA

- aprobatą terminu, miejsca i warunków przeprowadzenia szkolenia

Czy to błąd? To nie tylko błąd, to jawna, ostentacyjna dywersja. To celowe podcinanie gałęzi, na

www.cxm.com.pl/bok

CCMS.WYDAWNICTWA

CCMS.WYDAWNICTWA

CCMS.WYDAWNICTWA

Pełna treść CX-BOK Biuletynu Obsługi klienta dostępna jest wyłącznie dla prenumeratorów periodyku.

CCMS.WYDAWNICTWA

CCMS.WYDAWNICTWA

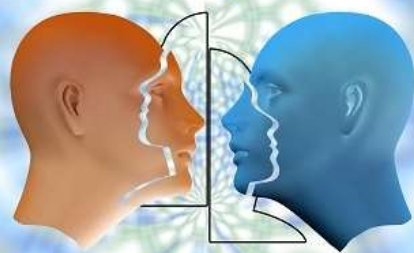
CCMS.WYDAWNICTWA

Prenumeratę można zamówić pod adresem ccms.polska@gmail.com lub pod linkiem www.cxm.com.pl/bok

CCMS.WYDAWNICTWA

Reklama roczna CX-BOK to 190 PLN brutto

CCMS.WYDAWNICTWA


CCMS

ASERTYWNOŚĆ W KOMUNIKACJI

zaawansowane techniki komunikowania się 0.0.3

Skuteczne komunikowanie się	Przebieg szkolenia	Rola obsługi klienta w firmie	Rola DOK w firmie	Moja rola w DOK	O nas samych
Kim jest klient DOK	Kim jest MOJ klient	Obzary działania	Troche teorii	Test umiejętności	Zakończenie

JAK PODNOSIĆ SKUTECZNOŚĆ KOMUNIKOWANIA SIĘ Z KLIENTEM 0.0.3

Pełne szkolenie e-learningowe dla osób chcących zgłębić tajniki skutecznego komunikowania się z klientem i prospektem. W tej edycji poświęcone technice asertywnego komunikowania się.

Czas trwania 12 godzin. Liczba wśród testów weryfikujących stopień przyswojenia materiału – 7

Test końcowy, określający stopień opanowania materiału merytorycznego zawartego w szkoleniu, potwierdzony certyfikatem ukończenia szkolenia, wystawionym przez CCMS-POLSKA (podmiot certyfikujący)

Dostępne wersje:

*Wersja do indywidualnego wykorzystania

*Wersja dla odbiorców grupowych.

Szczegóły:

<http://cxm.com.pl/sklep/iap071-opis-szkolenia.html>

Zamówienia

<http://cxm.com.pl/sklep/iap071--asertywnosc-w-praktyce.html>

PODSTAWY KOMUNIKACJI

ver. 0.0.1



CCMS

Pełne szkolenie e-learningowe dla osób chcących poznać tajniki skutecznego komunikowania się z klientem i prospektem.

Czas trwania 12 godzin

Liczba śród testów weryfikujących stopień przyswojenia materiału – 7

Test końcowy, określający stopień opanowania materiału merytorycznego zawartego w szkoleniu, potwierdzony certyfikatem ukończenia szkolenia, wystawionym przez CCMS-POLSKA (podmiot certyfikujący)

Dostępne wersje:

- Wersja do indywidualnego wykorzystania
- Wersja dla odbiorców grupowych.

Szczegóły: <http://cxm.com.pl/sklep/ipk5-opis-szkolenia-.html>

Zamówienia <http://cxm.com.pl/sklep/ipk5--podstawy-komunikacji.php>

Sposoby oceny personelu

Operatorskiego

CZEŚĆ 5



Rozpatrując zagadnienie skutecznego zarządzania operacyjnego specjalistyczną komórką organizacyjną, jaką jest dział lub biuro obsługi klienta, należy zdawać sobie sprawę z tego, że zarządzanie nią składa się z kilku powiązanych ze sobą w sposób trwały i ściśle elementów.

1. Rozumieniu celu i zasad działania KO w organizacji
2. Właściwego procesowania działań w sposób jedno-znaczny
3. odpowiednio onarzędziowania wykonywanej pracy
4. Właściwego doboru kadry kierowniczej
5. Zapewnienia trwałości modelu działania
6. Właściwy model monitorowania operacyjnego
7. Zapewnienie transparentności używanych treści podejmowanych decyzji
8. Dynamiczny charakter działań
- 9 . Uwzględnienie potrzeby wąskich specjalizacji
10. Zapewnienie spokoju operacyjnego

No to spróbujmy to sobie teraz odpowiednio przeanalizować.

Można postępować w sposób dokładnie taki sam lub za każdym razem odmienny, byleby wykonanie

www.cxm.com.pl/bok

CCMS.WYDAWNICTWA

CCMS.WYDAWNICTWA

CCMS.WYDAWNICTWA

Pełna treść CX-BOK Biuletynu Obsługi klienta dostępna jest wyłącznie dla prenumeratorów periodyku.

CCMS.WYDAWNICTWA

CCMS.WYDAWNICTWA

CCMS.WYDAWNICTWA

Prenumerate można zamówić pod adresem ccms.polska@gmail.com lub pod linkiem www.cxm.com.pl/bok

CCMS.WYDAWNICTWA

Reklama roczna CX-BOK to 190 PLN brutto

CCMS.WYDAWNICTWA

kiadym i jak ma to być, reklamę to doskonałe i próbował utrwalić takie właśnie zachowania u innych.



4. Aspekt kadry pracowniczej jest wielowymiarowy.
Zespoły powinny składać się z osób mających okreś-

www.cxm.com.pl/bok

CCMS.WYDAWNICTWA

CCMS.WYDAWNICTWA

CCMS.WYDAWNICTWA

Pełna treść CX-BOK Biuletynu Obsługi
klienta dostępna jest wyłącznie dla
prenumeratorów periodyku.

CCMS.WYDAWNICTWA

CCMS.WYDAWNICTWA

CCMS.WYDAWNICTWA

Prenumeratę można zamówić pod
adresem ccms.polska@gmail.com lub
pod linkiem www.cxm.com.pl/bok

CCMS.WYDAWNICTWA

Reklama roczna CX-BOK to 190 PLN brutto

CCMS.WYDAWNICTWA

służb HR, które muszą zadbać o właściwy

dobór kandydatów do pracy w organizacji (w wybranych częściach/elementach struktury organizacyjnej) , a następnie do stałego weryfikowania

www.cxm.com.pl/bok

CCMS.WYDAWNICTWA

CCMS.WYDAWNICTWA

CCMS.WYDAWNICTWA

Pełna treść CX-BOK Biuletynu Obsługi klienta dostępna jest wyłącznie dla prenumeratorów periodyku.

CCMS.WYDAWNICTWA

CCMS.WYDAWNICTWA

CCMS.WYDAWNICTWA

Prenumerate można zamówić pod adresem ccms.polska@gmail.com lub pod linkiem www.cxm.com.pl/bok

CCMS.WYDAWNICTWA

Reklama roczna CX-BOK to 190 PLN brutto

CCMS.WYDAWNICTWA

całej mierzona.

Tutaj też najistotniejsze jest jasne określenie z góry, tego kto i w jaki sposób odpowiada za wyniki ocenia-

9. Tak jak Henry Ford zrozumiał potrzebę wąskiej specjalizacji, tak i współcześnie bez wąskiej specja-

The advertisement features a grey background with yellow and blue text. At the top, the URL www.cxm.com.pl/bok is displayed in large blue letters. Below it, the text 'CCMS.WYDAWNICTWA' appears in yellow. The main headline 'CCMS.WYDAWNICTWA' is in large yellow letters. The central message states: 'Pełna treść CX-BOK Biuletynu Obsługi klienta dostępna jest wyłącznie dla prenumeratorów periodyku.' This is followed by 'CCMS.WYDAWNICTWA' in yellow. Below that, another 'CCMS.WYDAWNICTWA' is shown in yellow. The contact information reads: 'Prenumerate można zamówić pod adresem ccms.polska@gmail.com lub pod linkiem www.cxm.com.pl/bok'. This is followed by 'CCMS.WYDAWNICTWA' in yellow. At the bottom, the price is stated: 'Reklama roczna CX-BOK to 190 PLN brutto', followed by 'CCMS.WYDAWNICTWA' in yellow.

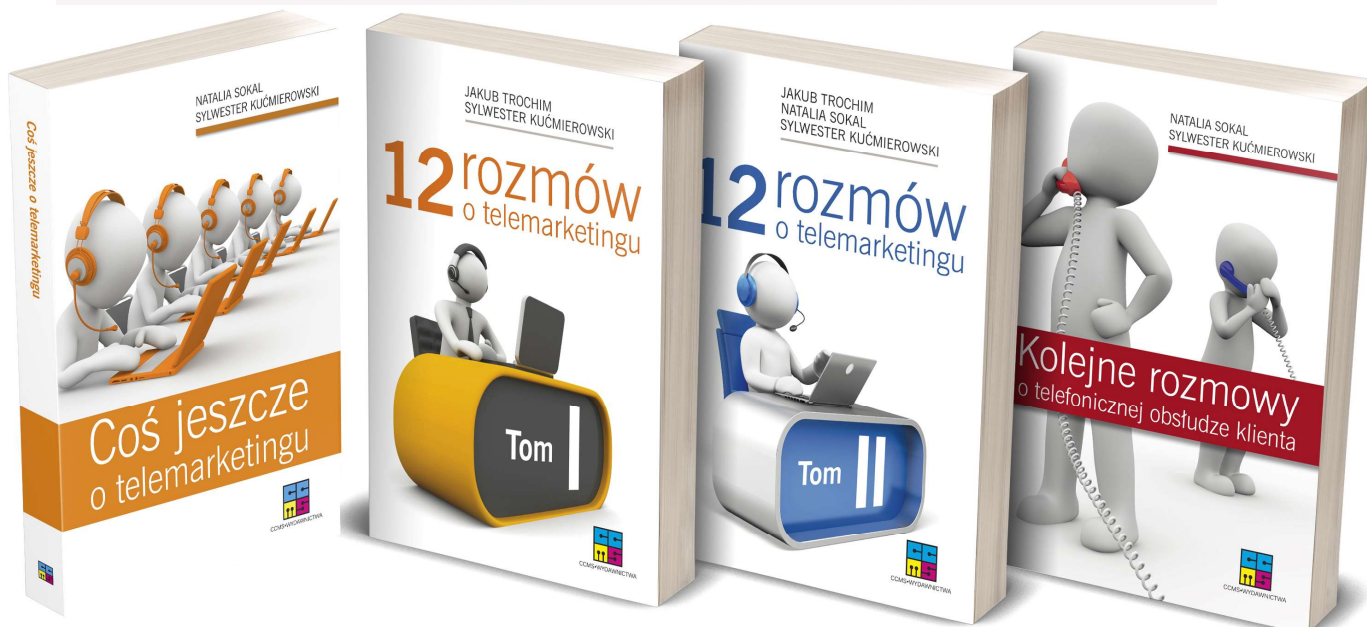
precyzyjnie określone miejsca, które umożliwiają SQ błyskawiczne podejmowanie decyzji.



Część IV Rozmów o Telemarketingu

na półkach księgarskich już wkrótce!

*** audiobook dostępny już dzisiaj <http://cxm.com.pl/sklep/audiobooki-oferta.html>**



Parametryzacja działań w obsłudze klienta

cz. 13

Parametryzacja działań z punktu widzenia menedżera, to podstawowy sposób działania ale i najważniejsze pole zmagania zarówno ze swoimi podwładnymi, jak i ze swoimi pryncypałami. Pomówimy więc teraz nieco o relacjach menedżerskich i o ich wpływie na parametryzację i instrumentalizację działań jednostek organizacyjnych. A wpływ ten może być i z reguły jest, duży.

Monitorowanie działań określonej jednostki zadaniowej, możliwe jest wyłącznie wtedy, kiedy sami wiemy, co chcemy wiedzieć oraz co musimy obserwować, by dostrzec zmiany i ich kierunki oraz ich natężenie. Z reguły śledzi się niektóre parametry w trybie online, w przypadku gdy występuje duża zmienność ich wartości w czasie, a na dodatek, gdy wartość natężeń zjawisk silnie przekłada się na całokształt działań zarządczych w obrębie firmy. Musimy wiedzieć co obserwujemy i w czym się te zmiany przejawiają i jakie za sobą mogą pociągać skutki. Liczba parametrów do obserwowania jest zmienna. Czasami wystarczy śledzić 2-3 parametry, a czasami powinniśmy obserwować ich nawet kilkanaście. Głównie zależy to od stopnia skomplikowania śledzonego przez nas zjawiska. Wówczas to, obserwacja większej liczby parametrów ma sens wyłącznie w przekroju miesięcznym lub co najwyżej tygodniowym. Więc wyzwaniem jest wytypowanie ich odpowiedniej liczby, by zachować kontrolę zarządczą nad całością.

I nie mówię tu o niczym nowym, czy zaskakującym. Prawdziwe wyzwanie bowiem, to określenie owych wskaźników. Wybieramy je głównie na podstawie własnych doświadczeń i potrzeb ale... czasami, to znaczy często, pewne potrzeby są na nas narzucane i nie sposób jest z nimi dyskutować. Ważne, by zachować proporcje i by obserwacja, nie była zbyt skomplikowana i zbyt absorbująca. By tych wskaźników, naszym zdaniem tych o ograniczonym zastosowaniu, było jak najmniej i by zajmowanie się nimi nie

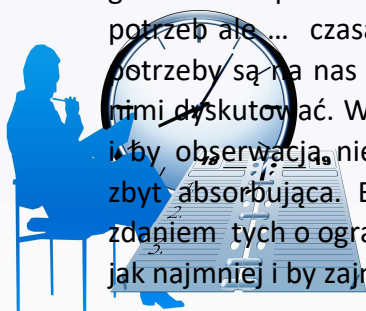
spędzało nam przysłowiowego snu z powiek, czyli nie zabierało nam spokoju i czasu, które powinniśmy poświęcać innym, równie ważnym aktywnościom.

Nie pokuszę się o stwierdzenie dokładne, co musi być obserwowane. Ale jako menedżerowie musimy wiedzieć, czy praca kilku czy też kilkunastu osób nam podlegających bezpośrednio, przebiega bezproblemowo, co stanowi punkty zapalne, które zagadnienia opisane w procesach i procedurach wymagają doprecyzowania etc.

Z mojego doświadczenia zasugeruje jednak by nie dublować metod i obiektów, by każdy obserwowany parametr był uwzględniony i dawał realną szansę na szybkie wychwytywanie nieprawidłowości.

Do znudzenia można przypominać, że w działaniach obsługowych i około sprzedażowych trzy cechy są zawsze najważniejsze. To: produktywność, efektywność i skuteczność. Najmniej jednoznaczne jest określenie parametrów do obserwowania skuteczności. Bo ta zasadnicza różnica występuje gdy porównujemy do siebie dane prezentujące wartości ilościowe (ilość zdarzeń określonego typu w jednostce czasu), inne gdy porównujemy wartość zdarzeń (wartość zdarzeń czyli wartość wpływu ze sprzedaży, w jednostce czasu), a inne, gdy porównujemy skuteczność zdarzeń (% wykonania, czyli relacja wykorzystanych zdarzeń do potencjalnie pojawiających się okazji). I tu też inaczej wyglądają porównania zdarzeń grubych (np. liczby rozmów) do szczegółowych (jednostek sprzedażowych).

Najważniejszą jednak cechą jest, by zależności owe były stałe. By algorytm obserwowania i porównywania nie zmieniał się w czasie, a był spójny, o czym bardzo często się zapomina (ale o tym już przecież pisałem).



I znowu, wracając do meritum. Najważniejszym elementem naszych relacji zawodowych z inboud'ów), a pracownicy przeszkoleni są w ich zakresie na tyle, by móc awaryjnie je wspierać.

www.cxm.com.pl/bok

CCMS.WYDAWNICTWA

CCMS.WYDAWNICTWA

CCMS.WYDAWNICTWA

Pełna treść CX-BOK Biuletynu Obsługi klienta dostępna jest wyłącznie dla prenumeratorów periodyku.

CCMS.WYDAWNICTWA

CCMS.WYDAWNICTWA

CCMS.WYDAWNICTWA

Prenumerate można zamówić pod adresem ccms.polska@gmail.com lub pod linkiem www.cxm.com.pl/bok

CCMS.WYDAWNICTWA

Reklama roczna CX-BOK to 190 PLN brutto

CCMS.WYDAWNICTWA

przeciwstawnym charakterze (outbound'y obok

Inaczej wygląda parametryzacja w niewielkich są tego świadomi i należy ich w tym zakresie komórkach zadaniowych, realizujących szerokie systematycznie ostrzegać i upominać. Nie pozwalac

www.cxm.com.pl/bok

CCMS.WYDAWNICTWA

CCMS.WYDAWNICTWA

CCMS.WYDAWNICTWA

Pełna treść CX-BOK Biuletynu Obsługi klienta dostępna jest wyłącznie dla prenumeratorów periodyku.

CCMS.WYDAWNICTWA

CCMS.WYDAWNICTWA

CCMS.WYDAWNICTWA

Prenumerate można zamówić pod adresem ccms.polska@gmail.com lub pod linkiem www.cxm.com.pl/bok

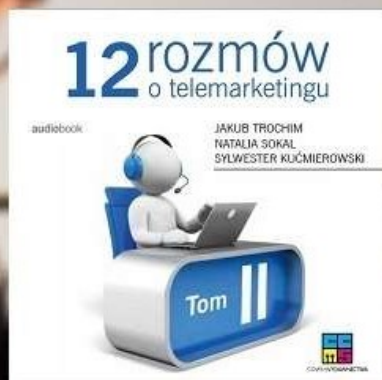
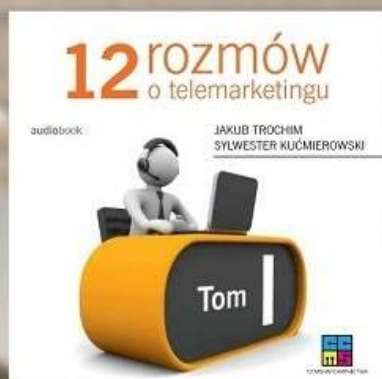
CCMS.WYDAWNICTWA

Reklama roczna CX-BOK to 190 PLN brutto

CCMS.WYDAWNICTWA

wprowadzamy przede wszystkim chaos i niespójność. Młodzi menedżerowie najczęściej nie

ROT ROZMOWY O TELEMARKETINGU



www.bok-online/sklep



STUDIUM MENEDŻER CONTACT CENTER

Wydział Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego
Polskie Stowarzyszenie Marketingu SMB



Studium Menedżer Contact Center
WYDZIAŁ ZARZĄDZANIA UNIWERSYTETU WARSZAWSKIEGO

Jedyny w Polsce program rozwoju kompetencji i postaw menedżerskich dedykowany branży CC

- Unikalny na rynku certyfikat uczelni wyższej i stowarzyszenia branżowego
- Ponad 200 godzin szkoleń i warsztatów
- Szkolenia menedżerskie - standardy zarządzania
- Studia przypadków - spotkania z ekspertami branży
- Członkostwo w Klubie Menedżerów CC LinkedIn
- NOWOŚĆ! Zajęcia również w wersji hybrydowej

NOWOŚĆ!
ZAJĘCIA W WERSJI
HYBRYDOWEJ

JEDYNY NA RYNKU
CERTYFIKAT!
UCZELNIA WYŻSZA
+ STOWARZYSZENIE

PONAD 200
GODZINI
SZKOLEŃ
I WARSZTATÓW



ROZWIŃ SWOJĄ KARIERĘ ZAWODOWĄ!

Dołącz do jedyne w Polsce programu rozwoju kompetencji menedżerskich dedykowanego dla branży CC!

- ✓ Wypełnij formularz zgłoszeniowy
- ✓ Wyślij formularz i CV

**FORMULARZ DOSTĘPNY NA
STRONIE SMB.PL**

Szczegółowych informacji na temat Studium udziela:

Jarosław Iżycki

Kierownik projektu Studium

Tel: +48 785 408 500

Formularz należy wysłać na adres:

jaroslaw.izycki@smb.pl

ZAPRASZAMY DO KONTAKTU!

Strona Studium:

<https://smb.pl/dzial/studium-menedzer-contact-center>



<https://smb.pl/dzial/studium-menedzer-contact-center>



**POLSKIE
STOWARZYSZENIE
MARKETINGU**



IDEA PROGRAMU

Studium Menedżer Contact Center to jedyny w Polsce i unikalny na skalę europejską program edukacyjny o randze akademickiej dla branży contact center. Jest dedykowany menedżerom, supervisorom, kierownikom, specjalistom oraz osobom aspirującym do zarządzania jednostkami zdalnej obsługi klienta i sprzedaży lub ich poszczególnymi obszarami/zespołami.

Głównym celem Studium jest **rozwój kompetencji** kadry zarządzającej działami cc i w konsekwencji nieustanne **podnoszenie standardów** zdalnej komunikacji z klientami na polskim rynku.

Projekt prowadzony jest wspólnie przez **Wydział Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego** oraz **Polskie Stowarzyszenie Marketingu SMB** - to unikalne na rynku połączenie dwóch organizacji, których misją i podstawą działania są edukacja i rozwój kompetencji oraz rynkowych standardów.

Studium nie jest jedynie cyklem zaawansowanych szkoleń - to kompleksowy, wielowymiarowy, ale przede wszystkim **spójny i kompletny program** rozwoju kompetencji i postaw, dzięki któremu jego absolwenci stają się skutecznymi menedżerami CC o wszechstronnej wiedzy i szerokich horyzontach.



Studium Menedżer Contact Center



Szukaj



- AKTUALNOŚCI BRANŻOWE
- PANEL MENEDŻERSKI
- PANEL PRACOWNICZY
- PANEL KLIENTA
- SKLEP_CX-CEM
- CZYTELNIA_CX-CEM

Wydawnictwo CCMS 2018



POWSZECHNA WIELOWYMIAROWA STANDARYZACJA BRANŻOWA

- ISTOTA CUSTOMER EXPERIENCE
- KLIENT W FIRMIE
- LUDZIE W ORGANIZACJI
- OTOCZENIE FIRMY
- NARZĘDZIA W OBSŁUDZE KLIENTA
- WSPARCIE EKSPERTSKE
- SKLEP OBSŁUGI KLIENTA
- BIULETYN OBSŁUGI KLIENTA CX-BOK
- AKTUALNOŚCI BRANŻOWE
- CX-CEM NA WESOŁO

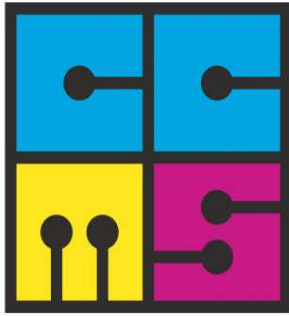


<p>Panel menedżera</p> <ul style="list-style-type: none"> Organizacja firmy Organizacja jednostek zadaniowych Skuteczność zarządzania Parametryzacja zarządzania Systemy wynagrodzenia Motywacja i awanse 	<p>Panel pracownika</p> <ul style="list-style-type: none"> Kim mogę być w organizacji? Jak rozumieć swoją rolę? Jak realizować zadania? Jak nie stracić dobrej pracy? Jak współpracować z innymi? Jak awansować? 	<p>Narzędziownia</p> <ul style="list-style-type: none"> Systemy CRM Systemy WFM Systemy Contact Center Systemy Bazowiadowe Systemy autonomiczne Robotyzacja działań 	<p>Środowisko CRM</p> <ul style="list-style-type: none"> Organizacje branżowe Organizacje regionalne i lokalne Standardy działania Jednostki opiniotwórcze Konkursy branżowe Media branżowe 	<p>Wydawnictwo CCMS, AD 2020</p>
---	--	---	---	----------------------------------

E-SZKOLENIA
SYMULACJE
KSIĄŻKI
AUDIOBOOKI
SKLEP CX-CEM

SZKOLENIA
COACHING
DORADZTWO ORGANIZACYJNE
USŁUGI REKRUTACYJNE
PORTAL MENEDŻERA
PORTAL PRACOWNIKA
PORTAL EXPERTA

www.cxm.com.pl



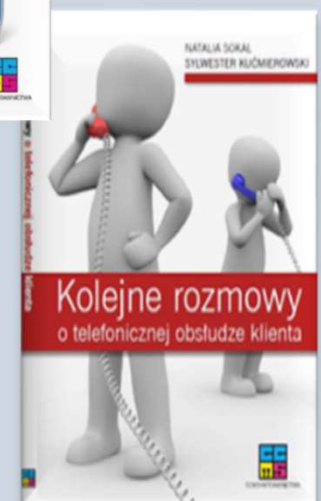
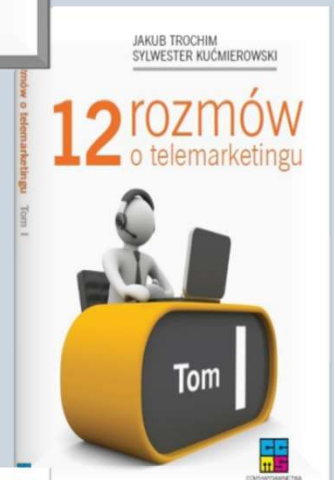
CCMS•WYDAWNICTWA

W firmie najważniejsi są ludzie. – O czym jeszcze trzeba pamiętać przy tworzeniu budżetu?

Biuro obsługi klienta, telefoniczna obsługa klienta, contact center, call center to organizacje, które podobnie jak inne, planują swój rozwój opierając go na odpowiednim budżecie. Siedziby, nowoczesne narzędzia technologiczne, promocja własnych działań – to wszystko wymaga odpowiednich nakładów. Ale tak jak w każdej firmie, najważniejsi są ludzie. Znalazienie i zatrudnienie odpowiednich pracowników to oczywiście koszt, który także musi być na odpowiednim poziomie zaplanowany w budżecie. Nie należy także zapominać o konieczności stałego podnoszenia kwalifikacji personelu, a więc także o zapewnieniu odpowiednich środków na szkolenia.

„Telefonem w klienta”, „12 rozmów...” Tom I i II oraz „Kolejne rozmowy o telefonicznej obsłudze klienta” to dawka fachowej i praktycznej wiedzy na temat funkcjonowania struktur call/contact center. Wiele z omawianych zagadnień dotyczy także problemów związanych z organizacją i zarządzaniem personelem.

Zamówienia na książki można składać pod adresem ccms.polska@gmail.com lub bezpośrednio poprzez nasz branżowy sklep internetowy http://cxm.com.pl/sklep/ksiazki_i_podreczniki



Środowisko, kosmos i marketing

To wszystko jako dyscypliny, ale żadna to nie nauka

O tym, by można było nazwać coś nauką potrzebne jest spełnienie kilku warunków. By coś nazwać dyscypliną, wystarczy patrzeć na coś pod jakimś specyficznym kątem. Dlatego tak wiele jest dyscyplin, a tak mało nauk.

Marketing ma swój raz pierwszy w tak przez P.Kotlera nie to sama dyscyplina z biegiem czasu po cje, co chwilę ktoś głoszone przez ws ale starania te nie tum zagadnień z ku, czyli z marke obserwacjami i dz teza niektórych m tego sformułowa nie da się jednym liwe w języku angi kiego, co jest i p rynkiem. I ludzie, wzajemny, i związk

Ale z marketingier „dzień dobry”. Je używane w specyf licznościach. Mark le związane z pro (lepiej: około naby lowymi i częściow dużym stopniu sc technika, matemat le innych dyscypli zgłębiania wiedzy wykorzystywanych kreowania.

Stwierdzenie, że znaczenia dosłown cza, że w różnych r jego elementy w nagle coś staje się poprzedza.

Z tym, że dzięki ni ne zdarzenia pod cych trendów.

Dokładnie 50% zdarzeń, bo drugie 50% (z czym zgadzają się prawie wszyscy metodycy marketingu) stanowi zwykle antytezę podejmowanych

właśnie rozważań problemowych czyli nie daje najmniejszych szans na ich spełnienie. Ale nadal nie wiadomo jest, które to 50%

Klient doczekał się traktowania go w specjalny sposób. Ale jest to efekt wypełniania rynku i ni-

www.cxm.com.pl/bok

CCMS.WYDAWNICTWA

CCMS.WYDAWNICTWA

CCMS.WYDAWNICTWA

Pełna treść CX-BOK Biuletynu Obsługi klienta dostępna jest wyłącznie dla prenumeratorów periodyku.

CCMS.WYDAWNICTWA

CCMS.WYDAWNICTWA

CCMS.WYDAWNICTWA

Prenumeratę można zamówić pod adresem ccms.polska@gmail.com lub pod linkiem www.cxm.com.pl/bok

CCMS.WYDAWNICTWA

Reklama roczna CX-BOK to 190 PLN brutto

CCMS.WYDAWNICTWA



www.cxm.com.pl/bok

CCMS.WYDAWNICTWA

CCMS.WYDAWNICTWA

CCMS.WYDAWNICTWA

Pełna treść CX-BOK Biuletynu Obsługi klienta dostępna jest wyłącznie dla prenumeratorów periodyku.

CCMS.WYDAWNICTWA

CCMS.WYDAWNICTWA

CCMS.WYDAWNICTWA
Prenumerate można zamówić pod adresem ccms.polska@gmail.com lub pod linkiem www.cxm.com.pl/bok

CCMS.WYDAWNICTWA

Reklama roczna CX-BOK to 190 PLN brutto

CCMS.WYDAWNICTWA

podobnie niebezpiecznym zjawiskiem jest zanieczyszczenie planety, które w dużym stopniu jest efektem zbyt dużej populacji ludzkiej, a tym sa-

A photograph of a person's hands typing on a laptop keyboard. The image is dimmed with a dark grey overlay. In the center, the words "ONLINE LEARNING" are written in large, bold, white, sans-serif capital letters. The background shows a laptop screen with some text and a blurred object in the distance.

ONLINE LEARNING

PODSTAWY KOMUNIKACJI

ver. 0.0.1



CCMS

Czas trwania 8 godzin/ cena 69,00 PLN za miesięczną licencję



ASERTYWNOŚĆ W KOMUNIKACJI
zawieszona techniki komunikowania się 0.0.3

Skuteczne komunikowanie się	Przebieg szkolenia	Rola obsługi klienta w firmie	Rola DOK w firmie	Moja rola w DOK	O nas samych
Kim jest klient DOK	Kim jest MOJ klient	Obazary działania	Troche teorii	Test umiejętności	Zakonczenie

JAK PODNOSIĆ SKUTECZNOŚĆ KOMUNIKOWANIA SIĘ Z KLIENTEM 0.0.3

Czas trwania 7 godzin/ cena 72,00 PLN za miesięczną licencję

Uczestniczymy w szkoleniach, by pogłębiać swoją wiedzę i poszerzać zakres własnych umiejętności, by stawać się bardziej efektywnym i przydatnym dla zespołu i firmy, która chce w nas inwestować.

Dobre szkolenie to takie, które uczy, inscenizuje, symuluje i weryfikuje. Szkolenia takie nie muszą kosztować zbyt wiele, a warto jest przećwiczyć ich skuteczność.

Cena kilkudziesięciu złotych za możliwość korzystania z narzędzia przez trzy lub cztery tygodnie, z możliwością sprawdzania swoich kompetencji, to rozwiązanie idealne.

Może warto spróbować?

Demonstrujemy tu dwa szkolenia które można łatwo znaleźć i zamówić poprzez CX-Sklep firmy CCMS oraz dwie symulacje połączone z analizą rozmów telefonicznych.

Analiza rozmowy obsługowej i rozmowy sprzedażowej typu Inbound, to próbka możliwości jakie daje technologia html.

Pliki wideo, pliki dźwiękowe, pliki graficzne, arkusze testów, archiwa odpowiedzi, analiza dokonywana po szkoleniu, przez doświadczonego coacha-trenera, Wszystkie te elementy powinny zachęcać zarówno neofitów w branży obsługi klienta, jaki doświadczonych, może lekko już znudzonych powtarzalnością swojej pracy specjalistów.

EDUKACJA to droga przez całe życie.

Każde z tych szkoleń, od rozpoczęcia do zaliczenia modułu końcowego, to kilka godzin zajęć. Najkrótsze zajmuje trzy godziny, najdłuższe ponad sześć.

Znajdź coś dla siebie i podziel się swoimi spostrzeżeniami pod

ccms.polska@gmail.com

CCMS.POLSKA@GMAIL.COM

WOMI TRASPAREN

- doradztwo organizacyjne
- doradztwo zarządcze
- wdrożenia
- szkolenia
- warsztaty
- e-learning
- coaching menedżerski
- coaching pracowniczy
- doradztwo procesowe

CCMS