

Oczekiwania Klienta

W nawiązaniu do zapytania ofertowego i rozmowy telefonicznej w dniu 6.02.'01. pomiędzy Panem Sylwestrem Kućmierowskim z Kredyt Banku SA a Elżbietą Barwik z BIGRAM/BZ, mamy przyjemność przedstawić Państwu ofertę szkolenia z zakresu: *Obsługi klienta przez telefon*.

Klient oczekuje, iż w wyniku szkolenia uczestnicy:

- Przećwiczą i udoskonalą umiejętności dotyczące efektywnej rozmowy przez telefon

Docelowo uczestnikami szkoleń będzie około 30-35 osób, które rozpoczną pracę w Call Center. Będą one stanowiły 2 grupy szkoleniowe.

Klient oczekuje, że pierwsze szkolenia odbędą się w marcu 2001 roku. BIGRAM/BZ może przystąpić jednak do realizowania projektu najwcześniej w II połowie marca lub w kwietniu 2001 r.

Miejsce szkolenia zostało wyznaczone przez Klienta (Lublin).

Przygotowanie

W celu przygotowania efektywnego programu szkoleniowego proponujemy:

1. Spotkanie z Klientem w celu omówienia szczegółowej zawartości programu

Organizacja szkolenia

Szkolenie będzie trwało dwa dni, w godzinach 9:00-17:00 z godziną przerwą obiadową każdego dnia i krótkimi 10-cio minutowymi przerwami w trakcie zajęć (co 1-1,5 godziny). Na zakończenie szkolenia uczestnicy otrzymają dyplomy oraz kopie zestawu materiałów szkoleniowych używanych podczas zajęć.

Naszym celem są szkolenia jak najbardziej dostosowane do potrzeb uczestników. Ważne są dla nas: zawartość merytoryczna, sposób prowadzenia zajęć, jak i przydatność treści programowych w życiu zawodowym uczestników. Stosujemy pisemną ocenę wypełnianą przez uczestników tuż po zakończeniu, mierzącą poziom satysfakcji ze szkolenia.

Metody szkoleniowe

Aby zapewnić jak największą użyteczność sesji szkoleniowych, większość tematów prowadzona jest interaktywnie. Służą temu ćwiczenia, praca warsztatowa w małych podgrupach lub indywidualnie, dyskusje grupowe i rejestracje video wraz z oceną i fachowym komentarzem indywidualnym. Wykłady stanowią mniejszą część zajęć, są formą uzupełnienia i uporządkowania przekazywanej wiedzy. Takie techniki – uczenie się przez doświadczenie – są najefektywniejszą formą zdobywania wiedzy i umiejętności. Wymienione techniki aktywizują uczestników do wprowadzania nowo nabytej wiedzy do codziennej praktyki.

Program w skrócie

1. Wstęp

- Przedstawienie się uczestników, organizacja zajęć, przedstawienie programu i zasad współpracy
- Rozgrzewka wprowadzająca w konwencję zajęć (ćwiczenie)

CEL: Rozgrzewka mająca na celu nawiązanie kontaktu z uczestnikami, uruchomienie procesu grupowego. Uzyskanie informacji o “wyjściowym” nastawieniu uczestników wobec zajęć, ewentualna korekta oczekiwań.

2. Reprezentowanie firmy – profesjonalizm a kompetencje

- Jakie elementy wizerunku firmy powinny być reprezentowane przez pracownika działu obsługi klienta przez telefon (warsztat)
- Przejawy zachowań pracownika obsługującego klienta przez telefon, które są zgodne z wizerunkiem firmy (ćwiczenia w grupach)
- Elementy związane z obsługą klienta przez telefon, świadczące o profesjonalizmie (warsztat)

CEL: Skonfrontowanie wiedzy na temat wizerunku firmy z zachowaniami pracownika w procesie obsługi klienta przez telefon. Przełożenie elementów wizerunku firmy na działania zawodowe.

3. Komunikacja z klientem przez telefon

- Określenie zasad poprawnego komunikowania się (wykład)
- Rola odbiorcy w rozmowie telefonicznej (wykład, ćwiczenia indywidualne)
- Rola nadawcy w rozmowie telefonicznej (wykład)
- Sposoby usprawniania komunikacji telefonicznej w sytuacji przyjmującego telefon ze szczególnym zwróceniem uwagi na głos, ton, natężenie głosu, szybkość mówienia etc.(ćwiczenia indywidualne)
- Diagnozowanie potrzeb klienta z wykorzystaniem zasad efektywnej komunikacji (ćwiczenia w parach)
- Praca nad barierami efektywnego komunikowania się: przesada, ogólniki, niezrozumiały język etc. (warsztat)

CEL: Wskazanie konkretnych umiejętności sprzyjających skutecznemu porozumiewaniu się w pracy z wykorzystaniem telefonu

4. Specyfika rozmowy telefonicznej

- Telefon jako narzędzie pracy (wykład interaktywny, ćwiczenia)
 - pierwsze chwile rozmowy
 - budowanie klimatu rozmowy
- Wykorzystanie elementów poprawnej prezentacji w trakcie rozmowy telefonicznej (wykład, ćwiczenia indywidualne)
 - dbałość o zwięzłość przekazu

- zachowanie struktury przekazywanych informacji - wykorzystanie efektu pierwszeństwa i efektu świeżości

CEL: Ćwiczenie umiejętności sprzyjających budowaniu klimatu rozmowy z klientem dzwoniącym do firmy, oraz umiejętne wykorzystanie tego faktu do zaprezentowania oferty firmy

5. Umiejętność radzenia sobie w sytuacjach trudnych w trakcie obsługi klienta przez telefon

- Radzenie sobie z emocjami powstającymi w trakcie pracy telemarketera, tak aby nie zakłócały naszego profesjonalizmu (warsztat z grupą)
- Umiejętne rozpracowywanie obiekcji klienta (wykład wraz z ćwiczeniami)
- Rodzaje sytuacji trudnych - reklamacji, obiekcji, zażalenia, błędu innej osoby (wykład)
- Wypracowywanie sposobu postępowania w takich sytuacjach z uwzględnieniem firmowych procedur (warsztaty w podgrupach)
- Zasady asertywnego zachowania się w trudnych sytuacjach (wykład, ćwiczenia)
- Diagnozowanie czynników stresujących na stanowisku pracy obsługującego przez telefon (warsztat)

CEL: Nauczenie identyfikowania sytuacji trudnych i ćwiczenie umiejętności asertywnego postępowania pracownika w obliczu trudnych sytuacji zawodowych

6. Radzenie sobie z własnymi emocjami

- Kiedy i w jaki sposób powstają w ludziach emocje (wykład)
- Rodzaje emocji oraz umiejętność identyfikowania ich (wykład)
- Sposoby przeciwdziałania negatywnym emocjom, które zakłócają nasz profesjonalizm (warsztat)

CEL: Tworzenie przez uczestników konkretnych rozwiązań sytuacji trudnych ze względu na emocjonalny stan obsługującego, co pozwala na dystansowanie się od własnych emocji i sprzyja lepszemu funkcjonowaniu zawodowemu

7. Trudny klient

- Identyfikowanie stanu emocjonalnego klienta (warsztat)
- Interpretacja rodzaju emocji, która wywołała zdenerwowanie klienta oraz nazywanie potrzeb kryjących się za przejawianym przez klienta zachowaniem (warsztat w podgrupach)
- Jak uspokajająco rozmawiać z trudnym klientem (ćwiczenie)
- Postawa telemarketera w kontakcie z różnymi typami klientów (wykład, warsztat)

CEL: Ćwiczenie w identyfikowaniu rodzaju emocji dominującej u zdenerwowanego klienta i sposobów uspokajającego stylu rozmawiania z różnymi typami klientów

8. Zakończenie szkolenia

- Powtórzenie najważniejszych partii materiału
- Rozdanie dyplomów
- Wypełnienie Arkuszy Ocen Szkolenia

Koszty przygotowania i przeprowadzenia szkolenia

Rodzaj usługi:	Szkolenie
Temat szkolenia:	Obsługa klienta przez telefon
Ilość godzin przeznaczonych na szkolenie jednej grupy	14
Cena jednego dnia szkolenia	5 500 PLN
Cena ogółem za dwa dni dla I grupy	11 000 PLN + 22% VAT za materiały szkoleniowe
W cenę wliczone są: kwota za przygotowanie programu i prowadzenie szkolenia, kwota za materiały szkoleniowe dla uczestników (22 PLN x ilość uczestników)	

UWAGA: W podaną cenę nie są wliczone koszty wynajęcia ośrodka konferencyjnego wraz ze sprzętem technicznym, dojazdu, wyżywienia i zakwaterowania uczestników i trenerów. Koszty te ponosi strona Zamawiająca.

Przygotowała: Elżbieta Barwik /tel. 0605 221 960/

$$\begin{array}{r}
 5 \text{ dni} \times 5500 = 27500 \\
 + 2 \\
 \hline
 55.000
 \end{array}$$