

STRATEGIA OBSŁUGI KLIENTA

Cel szkolenia

- właściwie przekazywanie i odczytywanie otrzymanych informacji zwrotnych;
- zrozumienie psychologicznych aspektów „efektu pierwszego kontaktu”
- stosowanie praktycznych zasad aktywnego słuchania;
- znalezienie zasad przełamywania wszelkiego rodzaju ograniczeń i barier tj.: bariery komunikacyjne w pracy z klientem, bariery w poznaniu typu klienta, bądź rozmówcy i wiele innych;
- prawidłowe definiowanie celów zawodowych i życiowych;
- poszukiwanie nowych rozwiązań w kontakcie z klientem;

Program szkolenia

Znaczenie obsługi klienta dla wizerunku firmy

- pojęcie kreowania marki
- znaczenie efektu pierwszego wrażenia dla budowania wizerunku firmy
- działalność promocyjna w otoczeniu wewnętrznym i zewnętrznym firmy

Skuteczne komunikowanie się narzędziem profesjonalnej obsługi klienta

- wpływ autoprezentacji na reakcje klienta
- istota komunikacji w kontakcie z klientem
- techniki wywierania pozytywnego wrażenia
- doskonalenie umiejętności aktywnego słuchania
- zasady udzielania efektywnego feedbacku
- metody ułatwiające komunikację z klientem
- analiza barier komunikacyjnych w kontakcie z klientem
- analiza komunikatów werbalnych i pozawerbalnych w kontakcie z klientem
- pułapki oceniania w kontakcie z klientem
- różnice w komunikacji wynikające z wieku, płci itp.
- style komunikacyjne

Bepośredni kontakt z klientem

- planowanie rozmowy z zależności od nastawienia klienta
- analiza sytuacji z punktu widzenia klienta
- typologia klienta
- metody współdziałania z różnymi typami klientów
- wzorce osobowości - analiza wzorca własnego w oparciu o techniki kinezylogii edukacyjnej

Zasady efektywnej obsługi klienta

- techniki budowania zaufania w relacji z klientem

- potrzeby klienta a jego reakcje
- mechanizm podejmowania decyzji i zasady pomocy w sytuacji braku zdecydowania ze strony klienta
- techniki wywierania wpływu
- sposoby radzenia sobie z różnymi reakcjami klienta
- zasady radzenia sobie z metaprogramami, czyli ogólnymi wzorcami postępowania klienta

Współpraca z trudnym klientem

- techniki identyfikacji problemu rozmówcy
- problem a wymówka
- kwestionariusz stanów „ja”
- podjęcie decyzji o uznaniu lub nie żądań klienta
- trening asertywności w kontakcie z klientem
- kierowanie rozczarowaniem i obiekcjami klienta
- zasada 3/11 w kontakcie z trudnym klientem
- identyfikacja czynników stresogennych
- stosowanie konstruktywnej krytyki samego siebie
- metody obniżania nadmiernego stresu
- techniki zmniejszania niepokoju i zdenerwowania przed rozmową z klientem

Metody pracy

- obserwacja
- studium przypadku
- ankiety diagnostyczne
- rozmowa
- test
- warsztat
- wykład interaktywny
- dyskusja
- praca w grupach oraz praca samodzielna

Grupa docelowa

grupa do 15 osób

Czas trwania

I wariant: 2 dni szkolenia – 14 godz. dydaktycznych
II wariant: 3 dni szkolenia – 18 godzin dydaktycznych

Proponowane miejsce szkolenia

I wariant: szkolenie u zamawiającego
II wariant: szkolenie wyjazdowe

Cena

I wariant: 6 800 zł *
II wariant: 16 000 zł *

* ceny mogą ulec zmianie