



Akademia  
Controllingu

## Obsługa klienta i budowanie długotrwałych relacji



**SZKOLENIE ZAMKNIĘTE**



AKREDYTACJA WIELKOPOLSKIEGO  
KURATORA OŚWIATY  
(Decyzja nr 110.2.870.2015)

[WWW.AKADEMIACONTROLLINGU.PL](http://WWW.AKADEMIACONTROLLINGU.PL)



## Obsługa klienta i budowanie długotrwałych relacji

### KONTAKT

Marta Elimer  
marta.elimer@akademiacontrollingu.pl  
Tel. + 48 61 852 33 53  
Fax. + 48 61 666 03 63

### TRENERZY

Artur Rak

## Opis szkolenia

## Adresaci szkolenia

Szkolenie adresowane jest do osób będących w bezpośrednim kontakcie z klientem, pracowników działów obsługi klienta, osób nadzorujących działania sprzedawców, telemarketerów, przedstawicieli handlowych, sprzedawców, osób odpowiedzialnych za obsługę procesu sprzedaży.

## Dlaczego warto

### Uczestnicy podczas szkolenia:

- poznają swoje mocne i słabe strony,
- dowiedzą się jakie znaczenie ma język korzyści i jak wykorzystać tę wiedzę w swojej pracy,
- poznając podstawowe typy osobowości, nauczą się trafniej dopasowywać swój przekaz w rozmowie ze swoimi klientami,
- nauczą się odkrywać potrzeby, aby łatwiej dopasować swój przekaz,
- dowiedzą się jak tworzyć długofalowe relacje z klientami,
- nauczą się planować działania prospectingowe pozwalające na budowanie baz potencjalnych klientów,
- poznają metody analizy oferty własnej w porównaniu z ofertą konkurencji,
- dowiedzą się na czym polegają działania posprzedażowe.

W szkoleniu wykorzystujemy różne formy aktywności edukacyjnej jak ćwiczenia w zespołach, w parach, dyskusje, moderacje, prezentacje, gry, symulacje, casy przeplatane mini wykładami. Największą wartością w szkoleniu są symulacje prowadzone na praktycznych przykładach.

## Cele szkolenia

- rozumienie znaczenia orientacji na Klienta w ich pracy,
- doskonalenie umiejętności poprawnego komunikowania się z Klientem,
- wykorzystanie umiejętności wywoływania dobrego wrażenia na Kliencie,
- podniesienie umiejętności odpowiadania na obiekcje i wątpliwości Klienta.
- rozumienie zasad tworzenia długofalowych relacji z klientami,
- nauczenie się planowania działań prospectingowych, które pozwolą zbudować bazę potencjalnych klientów,
- poznanie metod analizy oferty własnej w porównaniu z ofertą konkurencji,
- doskonalenie technik prezentacji językiem korzyści,
- poznanie podstawowych typów osobowości,
- nauczenie się lepszego dopasowania przekazu w rozmowie ze swoimi klientami,

## Program

### Handlowiec

Poznaj samego siebie Cechy idealnego handlowca Wymagania stawiane handlowcom

### Dlaczego ludzie kupują?

Hierarchia potrzeb Korzyści skłonności i przekonania

### Język korzyści

Jakie korzyści odniosą klienci korzystając z Twoich usług czy produktów? Jakie obietnice wypełniają Twoje produkty? Jak Twoja firma komunikuje o istnieniu produktów?

### Podstawowe typy osobowości

Charakterystyka Rozpoznanie Typologia klientów

### Kto jest naszym odbiorcą?

Segmentacja a ocena rentowności Komu warto sprzedawać? Reguła pareto Określanie potencjału klienta Czynniki sukcesu w sprzedaży

Jak sprawić aby klient wybrał naszą ofertę?

### Tworzenie relacji z klientem

Komunikacja werbalna Komunikacja niewerbalna Perswazja i manipulacja Empatia

### Przygotowanie do sprzedaży

Planowanie wizyty handlowej Wyznaczanie celów wizyty Analiza sytuacji Nawiązanie kontaktu

### Przebieg procesu sprzedaży

Otwarcie i wzbudzenie zaufania Analiza potrzeb i oczekiwań klienta Prezentacja oferty językiem korzyści Próba zamknięcia sprzedaży

### Neutralizowanie obiekcji

Czym są obiekcje? Rodzaje obiekcji i zastrzeżeń oraz ich znaczenie Finalizowanie sprzedaży

### Działania posprzedażowe

Podsumowanie wizyty Co się dzieje z klientem? Potwierdzić słuszność zakupu Nadzór nad przebiegiem realizacji zamówienia Monitoring satysfakcji

## Sylwetka trenera

## Artur Rak

**DYPLOMOWANY TRENER BIZNESU, SWOJĄ KARIERĘ ZAWODOWĄ ROZPOCZĄŁ W ROKU 1993 PROWADZĄC DZIAŁALNOŚĆ USŁUGOWĄ. PRZEZ KOLEJNE LATA PRACOWAŁ W DZIAŁACH SPRZEDAŻY NA RÓŻNYCH SZCZEBŁACH ZARZĄDZANIA W ŚWIATOWYCH KONCERNACH Z RÓŻNYCH**

**SEKTORÓW: SPOŻYWCZEGO, PRZEMYSŁOWEGO, FARMACEUTYCZNEGO. MIĘDZY INNYMI DLA FIRM: FRITO-LAY, WEDEL, AMBRA SA., WOSEBA, AMPLICO LIFE, FERRERO, WRIGLEY, THERPOMPLAST, ASTRAZENECA, JELFA, GLAXOSMITHKLINE. ORGANIZATOR OGÓLNOPOLSKICH WARSZTATÓW TRENERSKICH ORAZ KLUBU STRATEGÓW MARKETINGU. CZŁONEK PÓŁNOCNEJ IZBY GOSPODARCZEJ I TOASTMASTERS INTERNATIONAL. PREZES FUNDACJI BALTIC LEADERS.**

Prowadzi zajęcia na studiach podyplomowych na Uniwersytecie Szczecińskim, Collegium Balticum oraz Wyższej Szkoły Bankowej w Poznaniu. Jako trener współpracuje z wieloma znanymi firmami doradczymi. Posiada umiejętność nawiązywania i rozwijania długoletnich relacji biznesowych na wszystkich szczeblach zarządzania oraz doświadczenie w prowadzeniu rekrutacji do działów handlowych.

Szkolenia to jego pasja, sposób na życie i możliwość ciągłego rozwoju. Oprócz szkoleń, czerpie ogromną satysfakcję prowadząc coaching. Jego dodatkową pasją jest pomaganie innym osobom, dlatego kiedy tylko się da, angażuje się w projekty społeczne. Między innymi prowadzi konsultacje w Północnej Izbie Gospodarczej z zakresu:

Coaching kariery  
Coaching menedżerski  
Kampania i strategia wizerunkowa w sieci  
Specjalizuje się w szkoleniach:

Obsługa klienta, Zarządzanie czasem, Szkolenia sprzedażowe, Budowanie zespołów  
Planowanie strategii marketingowych  
Kształtowanie wizerunku firmy  
Marketing usług  
Kampanie marketingowe w sieci  
Profesjonalne umiejętności prezentacyjne  
Trening twórczości – Kreatywność źródłem rozwoju  
Consulting w dziale HR  
Prywatnie mąż i ojciec dwójki wspinających dzieci. Niepohamowany optymistą, badacz ludzkiej motywacji, energiczny inspirator i mówca motywacyjny. Pasjonat Warszawskiej Giełdy Papierów Wartościowych.

Zawód trenera traktuję jako swoje hobby, któremu poświęcam się bezgranicznie. Jestem samodzielny, potrafię pogodzić pracę z nauką, a także z wychowywaniem swoich dzieci. Czytam wiele książek, ciągle podnoszę kwalifikacje, by uczestnicy moich szkoleń dostali największą wartość jaką jest wiedza i umiejętności praktyczne.