Akademia Controllingu

Obsługa klienta - 1 dzień

SZKOLENIE ZAMKNIĘTE

AKREDYTACJA WIELKOPOLSKIEGO KURATORA OŚWIATY (Decyzja nr 110.2.870.2015)

WWW.AKADEMIACONTROLLINGU.PL

Obsługa klienta - 1 dzień

KONTAKT

Szkolenia otwarte:
info@akademiacontrollingu.pl
tel. + 48 61 852 33 53
Szkolenia zamknięte:
Marta Elimer
marta.elimer@akademiacontrollingu.pl
tel. + 48 536 111 571

TRENERZY

Opis szkolenia

Analizując dziesiątki badań, raportów i eksperymentów na temat roli obsługi klienta w Polsce (bez względu czy dotyczy to produktów czy usług, jak i też czy chodzi o obsługę w punktach stacjonarnych, czy też drogą internetową) wniosek jest zawsze ten sam: obsługa klienta jest decydującym czynnikiem przekładającym się na utrzymanie klientów w portfelu, wzrost sprzedaży, lojalność klientów i dobrą reklamę.
To nie przypadek, że obsługi klienta uczą się już pracownicy w branżach, w których tradycyjnie nie przykładano do niej większej wagi, jak np. w warsztatach samochodowych czy firmach remontowo-budowlanych. Niegdyś traktowano dobrą obsługę klienta jako element budowania przewagi konkurencyjnej, lecz w dzisiejszym biznesie brak inwestowania w ten obszar oznacza zostanie w tyle.
Gdy przypomną sobie Państwo wszystkie te miejsca, w których lubią Państwo robić zakupy czy korzystać z usług, to z reguły będą to takie, gdzie obsługa doskonale rozumie Państwa potrzeby, wykonuje swoją pracę sprawnie, jest relacyjna (ale z wyczuciem), szybko reaguje na problemy i jest elastyczna.
Naszym zadaniem na szkoleniu jest sprawić, by to o Państwa biznesie klienci myśleli tak, jak Państwo w poprzednim akapicie.

Adresaci szkolenia

Szkolenie jest dedykowane wszystkim pracownikom obsługi klienta, bez względu na branżę, zarówno w punktach stacjonarnych, jak i obsługujących przez telefon i Internet.

Dlaczego warto

Dobra obsługa potrafi sprawić, że klient będzie miał pozytywne doświadczenia ze sklepem, marką czy konkretną osobą, dzięki czemu będzie wracał i stanie się żywą reklamą. Potrafi także łagodzić trudne sytuacje, gdy produkt lub procedury w firmie zawiodą – wówczas minimalizujemy ryzyko, że klient wyjdzie niezadowolony.
W przypadku złej obsługi, klienci zaś dużo częściej mają ochotę się podzielić negatywną opinią niż gdy obsługa jest dobra. Niezrozumienie emocji klienta, jego sytuacji, gafy

słowne czy przenoszenie swoich frustracji na klientów, to niestety chleb powszedni, który przekłada się na realne straty finansowe i wizerunkowe. A utracone zaufanie trudno jest odbudować.
Na szkoleniu dowiedzą się Państwo, jak działają emocje człowieka, które kierują ludzkimi zachowaniami. Rozumiejąc człowieka, zrozumieją Państwo także swojego klienta, dzięki czemu unikną Państwo szeregu – błahych i poważnych – wpadek i zbudują przewagę nad konkurencją.
Szkolenie będzie prowadzone przez trenera, który wprowadza nowe standardy obsługi klienta w korporacjach, oparte na budowaniu relacji i poszanowaniu obu stron, czyli i klienta, i pracownika obsługi. Zajęcia polegają na przepracowaniu wielu życiowych sytuacji (z rozmaitych branż), w których jakość obsługi klienta zrobiła różnicę.

Cele szkolenia

Cele szkolenia „Obsługa klienta":
- zapoznanie z 3 najważniejszymi rolami pracowników obsługi klienta,
- nauka standardów obsługi klienta,
- nabycie świadomości emocjonalnej – swojej i drugiego człowieka,
- nauka radzenia sobie z klientem trudnym i roszczeniowym,
- trening komunikowania się w sytuacjach z klientem,
- nauka budowania relacji.

Program

I. Rola emocji w zachowaniach ludzkich• po co są i jak działają emocje• wpływ różnych emocji na zachowania i decyzje• wpływ emocji na pamięć i interpretację wydarzeń
II. Pierwsza rola obsługi klienta (rozwiązywanie problemów)• dlaczego warto zadawać pytania• jak informować klienta o „diagnozie"• używanie obrazowego i prostego języka• komunikacja werbalna i niewerbalna w obsłudze klienta• „zapalniki" w komunikacji z klientem
III. Druga rola obsługa klienta (budowanie relacji)• do czego się może przydać strona bierna w komunikacji• okazanie zrozumienia i słuchanie jako sposoby na zdobycie zaufania• jak dawać poczucie bycia traktowanym indywidualnie
IV. Trzecia rola obsługi klienta (minimum spychologii)• jak upraszczać procedury, by klient czekał na rozwiązanie problemu jak najkrócej
V. Praca z trudnym klientem• podstawy asertywności• jak odpowiadać na zaczepki• przyjmowanie obiekcji bez ich odbijania• model LATTE – obsługa klienta składającego reklamację, gdy ma uzasadnione zastrzeżenia
VI. Obsługa klienta przez telefon i e-mail• praca głosem przez telefon• wyjaśnianie wątpliwości komunikacyjnych• konstruowanie e-maili, w tym pytań i instrukcji• savoir-vivre w komunikacji internetowej