Usługa - Profesjonalna obsługa klienta

5/5 z 263 ocen

Profesjonalna obsługa klienta

Numer usługi: 2020/11/08/38160/843362

Dostawca usług: **Saller-Polska Dominik Łysak**

Miejsce usługi: **Legnica**

Dostępność: **Usługa otwarta**

Status usługi: **opublikowana**

PLN

3 300,00 zł netto za osobę

3 300,00 zł brutto za osobę

235,71 zł netto za osobogodzinę

235,71 zł brutto za osobogodzinę

Rodzaj
Usługa szkoleniowa

Kategoria / Podkategoria
Zdrowie i medycyna / Psychologia i rozwój osobisty

Dofinansowanie
Tak

od 09.01.2021 do 10.01.2021

Informacje o usłudze

Sposób dofinansowania:	wsparcie dla przedsiębiorców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi:	**Szkolenie skierowane dla wszystkich osób zainteresowanych podniesieniem w iedzy w zakresie obsługi klienta:** • pracownicy obsługi Klienta • pracownicy sił sprzedaży • pracownicy mający kontakt z Klientem wewnętrznym bądź zewnętrznym • kadra kierownicza zarządzająca pracownikami kontaktującymi się z Klientem
Minimalna liczba uczestników:	1
Maksymalna liczba uczestników:	15
Data zakończenia rekrutacji:	08-01-2021
Liczba godzin usługi:	14
Podstawa uzyskania wpisu do świadczenia usługi:	Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

Ramowy program usługi
Profesjonalna obsługa klienta:

1. Wprowadzenie w szkolenie

- Marketing szeptany – na czym polega budowanie wizerunku przez dział obsługi Klienta
- Lider opinii – ilu osobom przekaże pozytywną informację, ilu negatywną
- W jaki sposób kreować przez rozmowę obsługą ambasadora naszej firmy
- Definicja trudnej sytuacji obsługowej
- Trudność na poziomie osobistym – jestem obrażany
- Trudność na poziomie firmowym – niezadowolony Klient przekazuje tę informację innym osobom, dzwoni do kolejnych pracowników, przełożonych

2. Budowanie wizerunku przez telefon

- Wpływ wizerunku na skuteczność obsługową
- Znaczenie pierwszych sekund kontaktu telefonicznego
- Poziom niewerbalny (głos) w budowaniu wizerunku
- Programatory językowe w budowaniu wizerunku
- Techniki budowania wizerunku osobistego i firmy

3. Komunikacja werbalna w profesjonalnej obsłudze Klienta

- Programatory lingwistyczne
- Baza słów, których warto używać (obniżających poziom agresji, stresu, emocji)
- Baza zwrotów, których należy unikać (generujących spiralę konfliktu)
- Teoria osobistych prototypów pojęć (psychologia efektywnej komunikacji)
- Formułowanie przekazu
- Definiowanie pojęć (np. przymiotniki na liczebniki)
- Zamglenie pojęć (jeśli nie możemy obiecać)

4. Pozyskiwanie informacji od Klienta – kontrolowanie przebiegu rozmowy

- Sztuka zadawania pytań
- Przejmowanie kontroli nad rozmową
- Zarządzanie informacją
- Eliminowanie błędów komunikacyjnych

5. Style społeczne – typologia Klienta pod kątem trudnych sytuacji

- Koncepcja stylów społecznych Grega Morgenthama
- Autodiagnoza własnego stylu społecznego (test indywidualny)
- Skale oceny (asertywność i spontaniczność)
- Typologia stylów społecznych
- Wódz, Błyskawica, Analityk, Przyjaciel
- Wskaźniki behawioralne – po czym rozpoznać styl społeczny Klienta
- Feedback – co w sobie zmienić, aby być skuteczniejszym na poziomie komunikacyjnym
- Formuła naturalnego tła
- Orientacja na zadania
- Orientacja na ludzi

6. Wprowadzenie w temat obiekcji, zastrzeżeń klienta

- Czym są obiekcje i zastrzeżenia klienta
- Dlaczego klienci maja obiekcje i zastrzeżenia
- Obiekcje rzeczywiste i ukryte
- Rodzaje obiekcji
- Podejście do obiekcji
- Dlaczego nie należy obawiać się obiekcji

7. Radzenie sobie z obiekcjami I zastrzeżeniami klienta

- Wykorzystywanie zastrzeżeń do analizy potrzeb Klienta
- Zamiana obiekcji irracjonalnych na tematy obsługowe
- Rozpoznawanie obiekcji jawnych i ukrytych
- Radzenie sobie z nieprawdziwymi obiekcjami
- Techniki zamiany obiekcji na korzyści
- Baza reakcji na zastrzeżenia

8. Radzenie sobie z trudnymi Klientami (profesjonalna obsługa klienta)

- Radzenie sobie z agresywnym rozmówcą
- Rozmowa z Klientem nastawionym na „nie”
- Radzenie sobie z Klientem dominującym w rozmowie
- Praca z Klientem niepotrafiącym słuchać
- Przejmowanie kontroli nad rozmową z Klientem dużo mówiącym
- Stworzenie skryptów działania dopasowanych do Klientów specyficznych dla poszczególnych produktów

9. Socjotechniki i techniki wpływu społecznego

- Reguły wpływu społecznego
- Reguła wzajemności
- Reguła kontrastu
- Reguła niedostępności
- Reguła społecznego dowodu słuszności
- Reguła lubienia i sympatii

- Reguła autorytetu
- Reguła zaangażowania i konsekwencji
- Socjotechniki
- Przykładowa historia
- Ingracjacja
- Stopa w drzwi
- Drzwiami w twarz
- Metoda Benjamina Franklina

10. Asertywność w obsłudze Klienta

- Asertywna prośba
- Asertywna odmowa
- Asertywna reakcja na agresję bądź manipulację
- Asertywna informacja zwrotna

11. Podsumowanie w formie praktycznych wniosków

- Karta ssc
- Start – jakie zachowania zaczniemy stosować
- Stop – jakich zachowań pozbywamy się
- Continue – jakie zachowania kontynuujemy
- Wnioski

Harmonogram usługi

Przedmiot / temat zajęć	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1. Wprowadzenie w szkolenie	09-01-2021	08:00	09:00	01:00
"2. Budowanie wizerunku przez telefon "	09-01-2021	09:00	10:30	01:30
Przerwa/Buffet	09-01-2021	10:30	11:00	00:30
3. Komunikacja werbalna w profesjonalnej obsłudze Klienta	09-01-2021	11:00	12:30	01:30
4. Pozyskiwanie informacji od Klienta – kontrolowanie przebiegu rozmowy	09-01-2021	12:30	14:00	01:30
5. Style społeczne – typologia Klienta pod kątem trudnych sytuacji	09-01-2021	14:00	15:00	01:00
Przerwa obiadowa	09-01-2021	15:00	16:00	01:00
6. Wprowadzenie w temat obiekcji, zastrzeżeń klienta	09-01-2021	16:00	17:00	01:00
"7. Radzenie sobie z obiekcjami I zastrzeżeniami klienta "	09-01-2021	17:00	18:00	01:00
8. Radzenie sobie z trudnymi Klientami (profesjonalna obsługa klienta)	10-01-2021	08:00	09:00	01:00
"9. Socjotechniki i techniki wpływu społecznego "	10-01-2021	09:00	10:00	01:00
Przerwa/Buffet	10-01-2021	10:00	10:30	00:30

"10. Asertywność w obsłudze Klienta "	10-01-2021	10:30	11:00	00:30
"11. Podsumowanie w formie praktycznych wniosków "	10-01-2021	11:00	12:00	01:00

Główny cel usługi

Cel edukacyjny

Dla firmy – profesjonalizm to jedna z przewag konkurencyjnych, przestrzeń, na której można się wyróżnić, fundament polece ń firmy i budowy lojalności wśród klientów. Celem niniejszego szkolenia jest przygotowanie i wyposażenie uczestników w ni ezbędną wiedzę i kompetencje – do prowadzenia efektywnej sprzedaży oraz profesjonalnej obsługi klienta. Uświadomienie sprzedawcom i pracownikom obsługi klienta, że do zakresu ich zadań nie należy wyłącznie podawanie towa ru.

Efekty uczenia się

Szkolenie z obsługi klienta w formie warsztatowej pozwoli osiągnąć efekty w trzech kategoriach:

Wiedzy - zdobędziesz wiedzę na temat technik i narzędzi wykorzystywanych podczas bezpośredniej obsługi Klienta. Otrzym asz konkretne narzędzia i wskazówki, poprzez które podniesiesz poziom jakości i profesjonalizmu swoich umiejętności, w o bsłudze klienta. Ilustrowane przykłady przedstawiające wykorzystanie przekazanej wiedzy handlowej w praktyce, umożliwią Ci zrozumienie tego, jak efektywnie operować językiem korzyści, a co za tym idzie - sprzedawać więcej. Otrzymać praktyczn ą wiedzę z zakresu obsługi klienta jak asertywnie budować dobre relacje z klientami, poznać tajniki stosowania skutecznych narzędzi przydatnych w obsłudze klienta. Poznać techniki radzenia sobie emocjami klientów, dowiedzieć się, jak pokonywać zastrzeżenia klientów. Dzięki sytuacjom symulowanym i ćwiczeniom, które przejdziesz podczas szkolenia z profesjonalnej o bsługi klienta, lepiej utrwalisz i przyswoisz nowe umiejętności.

Umiejętności - trudne sytuacje powstają w wyniku problemów Klientów związanych z użytkowaniem urządzeń oraz w wynik u błędów komunikacyjnych. Na proponowanym szkoleniu z obsługi klienta analizowane będą zarówno jedne, jak i drugie syt uacje wraz z rozwiązaniami – w jaki sposób przedefiniować rozmowę na bardziej konstruktywną. Podczas szkolenia nabędz iesz umiejętności dostrojenia się do typu Klienta, reagowania na atak i krytykę,umiejętności z zakresu efektywnej komunikac ji, umiejętności planowania własnych działań w sposób zapewniający skuteczną realizację zadań i dających poczucie satysf akcji. Nabędzie niezbędnych umiejętności do sprawniejszego wykonywania zadań i podnoszenia satysfakcji obsługiwanych klientów.

Kompetencji przeciwdziałanie trudnym sytuacjom – najlepszą metodą na trudne sytuacje jest zapobieganie powstawaniu p unktów zapalnych. Proponowane szkolenie z obsługi klienta wyposaży uczestników w szereg technik komunikacyjnych, rela cyjnych, z obszaru wpływu społecznego, które, jeśli właściwie zostaną zastosowane, mogą przeciwdziałać potencjalnie trud nym sytuacjom. Trudne sytuacje mają zwykle podłoże emocjonalne, dlatego proponowane techniki operują właśnie na tym p oziomie. Po ukończeniu szkolenia będziesz bardziej świadomy swojej odpowiedzialności, jaką jest reprezentowanie firmy na zewnątrz oraz poznasz główne różnice między sprzedawaniem, a podawaniem produktów. Nauczysz się diagnozować profil klienta oraz dostosowywać właściwy komunikat do jego osobowości. Podczas treningu wzmocnisz swoje mocne strony ora z otrzymasz informację zwrotną do pracy nad obszarami wymagającymi poprawy, zaczniesz łatwiej nawiązywać relację i os obistą więź z klientem, tak by dzięki twojemu zaangażowaniu, częściej wracał do placówki firmy.

Czy usługa prowadzi do nabycia kompetencji?	Tak

Kwalifikacje

Brak wyników.

Cena

Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	3 300,00 zł
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	3 300,00 zł
Koszt osobogodziny netto	235,71 zł
Koszt osobogodziny brutto	235,71 zł

Adres realizacji usługi

ul. Kaczawska 28, 59-220 Legnica, woj. dolnośląskie
Siedziba firmy SALLER-POLSKA Dominik Łysak

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Wi-fi
- Udogodnienia dla osób z niepełnosprawnościami

Zajęcia poprowadzą

Elżbieta Peda

Specjalizuje się w zarządzaniu projektami marketingowymi w obszarze lojalności marki, zarządzani u relacjami z klientami i sprzedażą, tworzeniu innowacyjnych strategii budowania lojalności i sprzed aży, prowadzeniu działań ukierunkowanych na zaangażowanie i wzmocnienie relacji klientów z mar ką.
Praktyk biznesu z kilkunastoletnim doświadczeniem. Posiada obszerne doświadczenie zawodowe w zakresie marketingu, komunikacji, rozwoju biznesu i sprzedaży, odpowiadając za zarządzanie str ategiczne i operacyjne, projektowanie, opracowywani i realizację programów marketingowych, kam panii generowania leadów. Swoje doświadczenie menadżerskie zdobywała pełniąc funkcję Dyrektor a Marketingu i odpowiadając nie tylko za rynek krajowy, ale pracując w środowisku międzynarodow ym również w projektach zagranicznych, a także we współpracy z różnorodnymi branżami (min. han del detaliczny, przemysł, motoryzacja, dystrybucja). Współpracowała zarówno z szeregowymi praco wnikami, średnią i wyższą kadrą menadżerską aż do poziomu zarządu.
Absolwentka studiów MBA Executive w Wyższej Szkole Menedżerskiej w Warszawie. Realizowała p rojekty wewnętrzne i zewnętrzne pracując dla Michelin, Schneider Electric, Saint-Gobain, Sonepar.
Jako trener i konsultant specjalizuje się w obszarze marketingu, sprzedaży i rozwoju biznesu. Twor zy i wdraża strategie marketingowe oraz programy wsparcia sprzedaży. Na stanowiskach kierownic zych była odpowiedzialna za rozwój działu marketingu, wdrażanie projektów rozwojowych i transfor macy

---

Kontakt

Dominik Łysak
email: biuro@saller-polska.com
tel: (+48) 668 187 780

Informacje dodatkowe

Informacje dodatkowe

Jesteśmy w stanie przeprowadzić szkolenie dla praconików danej firmy z którą dostosujemy harmonogram oraz tematykę z ajęć do potrzeb Zamawiającego.
Głównym czynnikam decydującym o wybraniu naszych szkoleń powinno być **wsparcie poszkoleniewe** jakie gwarantujemy dl a naszych uczestników.
Wsparcie poszkoleniowe, umożliwi Ci poprzez kontakt z prowadzącym ugruntowienie oraz uzupełnienie nabytej wiedzy w d alszym rozwoju swojej firmy.
Wdrożenie zmian, możliwość analizy i omówienie procesu z prowadzącym, powinno skłonić Cię do wyboru naszego szkole nia.
Każdy uczestnik otrzyma materiały z prowadzonych w trakcie szkolenia ćwiczeń oraz prezentację multimedialną.