

Nowe modele profesjonalnej obsługi klientów

OFERTA SZKOLENIA OTWARTEGO

Co nas wyróżnia	str. 2
Przygotowanie	str. 3
Profil uczestnika	str. 3
Program szkolenia	str. 3 - 6
Sposób pracy	str. 7
Materiały szkoleniowe	str. 7
Trener prowadzący	str. 8
Warunki organizacyjne	str. 9

Co nas wyróżnia:

- ✓ **Profesjonalna kadra trenerska** – nasi trenerzy są praktykami z kilkunastoletnim stażem. Są oni gwarancją najwyższej jakości usług.
- ✓ **Elastyczność** – szkolenia zostają dopasowane zgodnie z potrzebami uczestników.
- ✓ **Małe grupy szkoleniowe** – realizujemy warsztaty w **grupach od 3 do 5 osób**, każdy uczestnik otrzymuje tyle uwagi i czasu, ile potrzebuje.
- ✓ **Sposób prowadzenia zajęć** – w naszych szkoleniach kładziemy nacisk na praktykę. Każde zagadnienie jest przećwiczone, bazujemy na sytuacjach z pracy uczestników.
- ✓ **Materiały szkoleniowe** – wygodny dostęp do materiałów szkoleniowych za pośrednictwem platformy "Strefa Klienta".
- ✓ **Kontakt po szkoleniu** – uczestnik może porozmawiać z trenerem po skończonym szkoleniu lub skontaktować się w innym terminie.
- ✓ **Dogodna forma płatności** – fakturę za udział w szkoleniu wystawiamy w dniu jego realizacji z terminem płatności 7 dni.
- ✓ **Certyfikowana jakość** – nasza firma pozytywnie przeszła przez proces certyfikacji i zdobyła znak jakości: TGLS Quality Alliance.
- ✓ **Sprawdzona firma** – zaufało nam wiele firm, poniżej wyszczególniamy kilku naszych partnerów. Dostępne są również referencje telefoniczne.



Amica

bolsius

VOSS



Volkswagen Motor Polska



schattdecor



Vestas

Przygotowanie:

Przed szkoleniem kierujemy do uczestników ankietę zawierającą program zajęć, z prośbą o zaznaczenie tematów i zagadnień, które są najbardziej interesujące oraz przedstawienie swoich oczekiwań względem szkolenia. Dzięki temu trener będzie mógł lepiej dopasować treść i ćwiczenia, które będą omawiane podczas szkolenia.

Profil uczestnika:

- Osoby, które na co dzień pracują z Klientem,
- Handlowcy chcący poprawić swoje zdolności komunikacyjne i sprzedażowe,
- Osoby, które szukają nowych pomysłów i motywacji do pracy z Klientem.

Program szkolenia:

<p>Customer Experience: czego oczekują współcześni klienci?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • pokazanie tła zmian rynkowych w oczekiwaniach klientów, • omówienie wyników najnowszych badań dotyczących determinant doskonałych ocen w ramach Customer Experience klientów w Polsce połączonych ze wzrostem sprzedaży, • każdy z nas wie czym dysponuje i co może być piętą achillesową (postawy życiowe) w kontaktach z klientami, • czego ludzie i firmy nie znoszą w obsłudze klienta, a czego potrzebują, • omówienie wyników pomiaru CX, • typowe modele sprzedaży w Polsce i na świecie: co się robi a co powinno się robić, bo działa, • najlepsze praktyki w obsłudze klienta oraz najbardziej typowe błędy w obsłudze, czy możemy skorzystać zamiast uczyć się na własnych błędach, • opracowanie "mapy" obszarów bezpiecznych oraz tych do przećwiczenia w obszarze sprzedaży.
<p>Od prospektingu do lojalności. O czym trzeba bezwzględnie pamiętać na poszczególnych etapach sprzedaży i obsługi, by „nie kupować swoich klientów zbyt drogo”</p>	<ul style="list-style-type: none"> • omówienie najlepszych praktyk na poszczególnych etapach obsługi klienta, • cykl: pozyskanie, podtrzymanie, utrata lub przywracanie do współpracy: <ul style="list-style-type: none"> ✓ prospekting, ✓ powitanie/pierwszy kontakt, ✓ badanie potrzeb, ✓ prezentacja produktów i usług/ofertowanie, ✓ reagowanie na obiekcje, ✓ negocjacje i finalizowanie, ✓ follow-up, ✓ dbałość o relacje/budowanie lojalności klientów.

Znamy własne zasoby i obszary do rozwoju oraz znamy oczekiwania współczesnego rynku. Dowiedzmy się zatem o jakie potrzeby klientów musimy zadbać szczególnie. Odtworzenie faktycznej rozmowy z klientem oraz omówienie trzech podstawowych grup potrzeb.

Trzy uniwersalne wymiary potrzeb klientów w rozmowie z dostawcami (merytoryka, pragmatyka, emocje)

Czy klient jest trudny, czy staje się trudny w efekcie problemów napotkanych w sprzedaży i obsłudze?

- rola pytań jako narzędzia kontroli efektywności komunikacji,
- dobór pytań na różnych etapach rozmowy,
- dobór komunikacji adekwatnej do sytuacji i potrzeb rozmówców,
- podstawowe umiejętności komunikacyjne:
 - budowanie wypowiedzi (merytoryka, pragmatyka i emocje),
 - techniki aktywnego słuchania (zadawanie pytań otwartych i zamkniętych, parafrazowanie, podsumowywanie, klaryfikowanie itp.),
- analiza typowych błędów popełnianych w procesie komunikacji i nauka technik radzenia sobie z błędami.

Każdy wie jakimi zasobami komunikacyjnymi dysponuje na co dzień i znamy główne oczekiwania oraz grupy potrzeb klientów. Zaczynamy świadomie dopasowywać jedno do drugiego. Ćwiczenie wyjściowe pokazujące różnice perspektyw nadawcy i odbiorcy w sytuacji problemowej, podstawowe mechanizmy w komunikacji międzyludzkiej Doradca Handlowy - Klient.

Kiedy ludzie efektywnie komunikują się ze sobą w pracy sprzedażowej? Prezentacja produktów i usług wg. zasady PCK i używanie języka korzyści w sprzedaży produktów i usług, omówienie i ćwiczenie.

Komunikacja w służbie sprzedaży - jak dopasować komunikację do potrzeb klienta, by uniknąć typowych błędów w obsłudze na poszczególnych etapach kontaktu z klientem?

- pytania w analizie potrzeb klienta (bezpieczeństwo, wygoda, oszczędność),
- prezentowanie cech w odniesieniu do potrzeb,
- język korzyści,
- wyjaśnianie zasad, uprzedzanie,
- dawanie wyboru (kiedy wybór blokuje, a kiedy motywuje podjęcie decyzji?),
- podejmowanie roli eksperta, uzasadnianie propozycji,
- techniki finalizacyjne i negocjacyjne:
 - ✓ propozycja bezpośrednia,
 - ✓ alternatywa,
 - ✓ szczegół,
 - ✓ rzut na taśmę,
 - ✓ obietnica w raję,
 - ✓ połowa drogi,
 - ✓ bilans,
 - ✓ wykluczenie,
 - ✓ komplement,
 - ✓ most z "tak".

Follow-up w obsłudze klienta - techniki reagowania na obiekcję i blokowania obiekcji (rozwiązywanie problemów w realizacji zleceń)

- sytuacja nieporozumienia,
- sytuacja wątpliwości,
- bezsprzeczna wada,
- skarga,
- niezasadne oskarżenia,
- technika pozornej zgody i bumerangu.

<p>Techniki asertywnego radzenia sobie z sytuacjami trudnymi (np. przekazywanie złych wieści)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • podstawy komunikacji - określanie celu, kanału komunikacji i dobór przekazu, spójność komunikacji na poziomie faktycznym i psychologicznym, • różnica pomiędzy stanowiskiem a interesem w komunikacji, • ja a Klient - niwelowanie różnicy perspektyw, ćwiczenie zamiany "komunikacji typu ty na komunikację typu ja", zamiana perspektywy "sprzedawcy" (nadawcy) na perspektywę klienta (odbiorcy), • różnice w komunikacji uległej, asertywnej i agresywnej.
<p>Dopasowanie komunikacji do potrzeb klienta</p>	<ul style="list-style-type: none"> • konstruowanie przekazu - merytoryka: mówię o trudnych rzeczach zrozumiałym językiem, • konstruowanie przekazu - pragmatyka: mówię co wiem czy wiem co mówię, pytam o to, co trzeba o nic więcej, • konstruowanie przekazu - emocje: jak mówię i jak piszę, komunikacja werbalna, parawerbalna, niewerbalna, • techniki komunikacyjne niezbędne w pracy w sprzedaży, szczególnie w otwarciu rozmowy i badaniu potrzeb, jak dobrze zacząć i jak się dowiedzieć, czego klient na prawdę chce, • efekt pierwszego wrażenia, dbałość o sferę werbalną i pozawerbalną: <ul style="list-style-type: none"> ✓ aktywne słuchanie, ✓ podkreślanie podobieństw, ✓ zamiana komunikatu negatywnego na pozytywny, ✓ prowadzenie rozmów pozabiznesowych, ✓ rodzaje pytań i sytuacje ich stosowania, ✓ klaryfikowanie, parafraza, podsumowywanie ustaleń, ✓ potwierdzanie i zaprzeczanie, ✓ stosowanie komplementów.
<p>Elementy organizacji pracy własnej handlowca z elementami zarządzania czasem</p>	<ul style="list-style-type: none"> • efekt tępej piły i inne typowe pułapki planowania zadań, • ustalanie priorytetów w poszczególnych okresach rozliczeniowych, • monitoring i kontrola realizacji planów, • metoda grupowania zadań, • reguła 80/20, • różnice podejść do "jakości w czasie" między "Perfect", "Nice to have" i "Good enough", • metoda ważności zadań ABC (można ją również zastosować do określania priorytetu klientów w aspekcie prawdopodobieństwa zakupu - komu warto poświęcać więcej czasu), • macierz Eisenhowera - stosowanie, gdy nie masz "samiych pierwszych priorytetów", • czas planowany a czas faktyczny wykonania zadań, • planowanie rezerw czasowych, • praca z kalendarzem i terminarzem na przykładzie programu Outlook, • rola kolorów, flag, priorytetów i innych „przypominaczy”, • punkty kontrolne i monitoring, • reguła 60/40.

Podstawowe zasady organizacji spotkań, czyli jak oszczędzać czas swój i innych współpracowników

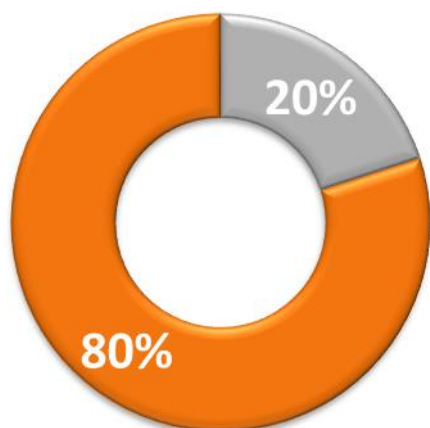
- obowiązki przed spotkaniem, w trakcie spotkania i po spotkaniu: jeśli jesteś organizatorem, jeśli jesteś uczestnikiem,
- minutki, podsumowania i executive summary,
- savoir-vivre podczas spotkań ze współpracownikami i klientami.

PODSUMOWANIE



- **dyskusja** podsumowująca,
- wręczenie uczestnikom **certyfiatów** ukończenia szkolenia,
- **fotoprotokół** - prezentacja zawierająca zdjęcia flipchartów wykorzystanych podczas zajęć. Zawierają one kluczowe pomysły, wypracowane metody działania oraz podsumowania zadań praktycznych realizowanych podczas zajęć.
- po oficjalnym zakończeniu szkolenia **trener jest do dyspozycji** uczestników w razie pytań i udziela indywidualnych informacji zwrotnych,
- zapraszamy uczestników do skorzystania z opcji **e-konsultacji** bądź kontaktu telefonicznego z trenerem prowadzącym szkolenie w przypadku pojawienia się sytuacji trudnych lub kwestii do dalszego przedyskutowania.

Uwaga! Treść merytoryczna może ulec zmianie w trakcie trwania szkolenia w związku z potrzebami Uczestników i przebiegiem zajęć.



20% część teoretyczna

wykłady interaktywne poparte doświadczeniem trenera i uczestników

80% część warsztatowa

zagadnienia teoretyczne poparte przez ćwiczenia indywidualne i grupowe, wnioski z ćwiczeń zapisywanie na tablicy flipchart, dyskusje, sesja pytań i odpowiedzi, **praca na przykładach z praktyki** zawodowej uczestników,

Warsztaty nastawione są na praktyczne rozwiązywanie kluczowych i bieżących zagadnień. Po realizacji każdego z zadań pomagamy uczestnikom w przenoszeniu zdobytej wiedzy i doświadczenia na grunt codziennej pracy.

Materiały szkoleniowe:



- ✓ Każdy z uczestników szkolenia wyposażony zostanie w segregator zawierający komplet materiałów szkoleniowych (liczących od 20 do 40 stron), będący uzupełnieniem treści omawianych podczas zajęć, długopis oraz wszelkie pomoce towarzyszące (arkusze robocze, arkusze pomocnicze, zadania).
- ✓ Dodatkowo osoby biorące udział w szkoleniu dostają materiały poszkoleniowe – **prezentację zawierającą zdjęcia flipchartów** wykorzystanych podczas zajęć. Zawierają one kluczowe pomysły, wypracowane metody działania oraz podsumowania zadań praktycznych realizowanych podczas zajęć.

Trener prowadzący:

Maciej Macko - trener, konsultant, asesor, certyfikowany Project Manager (PRINCE), fan Evidence Based Management

Maciej ma ponad dziesięcioletni staż w świadczeniu usług rozwojowych zarówno jako szkoleniowiec, niezależny konsultant, jak i zatrudniony w firmie menedżer bezpośrednio odpowiedzialny za wyniki (KPI). Dało mu to ogromny zasób wiedzy o typowych i nietypowych trudnościach z jakimi borykają się współczesne organizacje w obszarze zarządzania kapitałem społecznym.

Szczegółowe obszary specjalizacji:

- ✓ szkolenia, warsztaty i rozwój pracowników (L&D)
- ✓ coaching menedżerski, zespołowy i handlowy
- ✓ teambuilding, szkolenia F2F, e-learning (WBT) oraz blended learning
- ✓ projektowanie systemów zarządzania szkoleniami (LMS)
- ✓ doradztwo organizacyjne, rozwój organizacji (OD)
- ✓ zarządzanie zmianą organizacyjną (poziom HR i zarządzanie zespołami)
- ✓ badania typu Mystery Shopper i programy wsparcia Candidate Experience, Employee Experience i Customer Experience oraz budowanie i wdrażanie modelu obsługi klientów/pacjentów/kandydatów/pracowników na bazie uzyskanych wyników
- ✓ audyt rekrutacyjny i budowanie wizerunku pracodawcy (EB), rekrutacje (AC, DC) i wdrożenia na bazie uzyskanych wyników
- ✓ programy szkoleń, programy rozwojowe (HiPo, Top Performers, Talenty, mentoring, ścieżki karier, programy sukcesji)
- ✓ programy wsparcia jakości i wyników (programy motywacyjne, incentive, grywalizacja)
- ✓ pomiary i badania (satysfakcja pracowników eNPS i klientów NPS, zaangażowanie itp.)
- ✓ systemy ocen pracowniczych i systemy motywacyjne
- ✓ wdrożenia zarządzania opartego na wartościach
- ✓ programy antymobbingowe

Pracował m.in. w firmach: Volkswagen Group Polska, Imperial Tobacco Polska, Raben Group Polska, Olympia, Uniwersytet Adama Mickiewicza.

Świadczył usługi m.in. dla firm:

AIG Bank, Avon Cosmetics, Blach-Dek, Bridgestone, Creaton (Etex), DUON, DWS Dräxlmaier, Essel Propack, Firestone, Forum Media Polska, GLS, Grafton Recruitment, Górażdże Cement (Heidelberg Group), IKEA Manufacturing, Inea, Martin Bauer, Novol, Siniat, Swisspor, Vestas, Vetoquinol, Volkswagen Poznań, Voss Automotive, VW Motor.

Warunki organizacyjne:

Czas trwania szkolenia:	2 dni szkoleniowe (2 x 8 x 45 minut + przerwy)
Harmonogram:	09.00-11:00 zajęcia 11:00-11:15 przerwa kawowa 11:15 -13:00 zajęcia 13:00-13:30 lunch 13:30-15:00 zajęcia 15:00-15:15 przerwa kawowa 15:15 -16.00 zajęcia
Liczebność grupy:	od 3 do 5 osób
Termin:	10-11.10.2019 r.
Miejsce:	siedziba firmy OPEN Konsultacje & Szkolenia w Poznaniu przy ul. Serbskiej 6a/1
Cena:	1450 PLN + 23% VAT / 1 osoba
Wartość obejmuje:	<ul style="list-style-type: none"> • przeprowadzenie zajęć przez trenera z kilkunastoletnim doświadczeniem w zawodzie, • prowadzenie szkolenia w formie warsztatowej, • materiały szkoleniowe będące uzupełnieniem treści prezentowanych w trakcie warsztatu, • fotoprotokół - wszystkim uczestnikom przesyłamy prezentację zawierającą zdjęcia flipchartów wykorzystanych podczas szkolenia, dzięki czemu uczestnicy mogą odtworzyć treści omawiane na zajęciach, • dostęp do platformy „Strefa Klienta”, gdzie może pobrać materiały, prezentacje, filmy i zdjęcia przygotowane podczas zajęć, • po zakończeniu warsztatu trener jest do dyspozycji w razie pojawienia się dodatkowych pytań ze strony uczestników, • możliwość skorzystania z e-konsultacji bądź kontaktu telefonicznego z trenerem prowadzącym szkolenie w przypadku pojawienia się sytuacji trudnych lub kwestii do dalszego przedyskutowania, • każdemu uczestnikowi wręczamy imienny certyfikat ukończenia szkolenia, • podczas szkolenia zapewniony jest catering (lunch i przerwy kawowe).



Zapraszam do kontaktu:

Julita Gotkowicz

tel. kom. 881 036 989, tel. 61 66 22 400

julita.gotkowicz@open-szkolenia.pl