

Nowe modele obsługi klientów – profesjonalizm, zaangażowanie, empatia

OFERTA SZKOLENIA OTWARTEGO

Co nas wyróżnia	str. 2
Przygotowanie	str. 3
Profil uczestnika	str. 3
Program szkolenia	str. 3-5
Sposób pracy	str. 6
Materiały szkoleniowe	str. 6
Trener prowadzący	str. 7
Warunki organizacyjne	str. 8

Co nas wyróżnia:

- ✓ **Profesjonalna kadra trenerska** – nasi trenerzy są praktykami z kilkunastoletnim doświadczeniem. Są oni gwarancją najwyższej jakości usług.
- ✓ **Elastyczność** – szkolenia zostają dopasowane zgodnie z potrzebami uczestników.
- ✓ **Małe grupy szkoleniowe** – realizujemy warsztaty w **grupach do 4 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.



blum

bolsius

VOSS



Expect... **AVR**

CREATON



etex building performance



schattdecor

POLIPOL

MAGNA

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,
- Osoby, które szukają nowych pomysłów i motywacji do pracy z Klientem,
- Osoby chcące rozwinąć swoje umiejętności w zakresie komunikacji – jak prowadzić rozmowy z Klientami i poznać sposoby radzenia sobie w sytuacjach trudnych i nietypowych.

Program szkolenia:

<p>1. 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>2. Od prospektingu do lojalności - o czym trzeba pamiętać, 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.

<p>3. Trzy uniwersalne wymiary potrzeb klientów - czy klient jest trudny, czy staje się trudny w efekcie problemów napotkanych w sprzedaży i obsłudze?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • rola pytań jako narzędzia kontroli efektywności komunikacji, • dobór pytań na różnych etapach rozmowy, • dobór komunikacji adekwatnej do sytuacji i potrzeb rozmówców, • podstawowe umiejętności komunikacyjne: <ul style="list-style-type: none"> ✓ budowanie wypowiedzi (merytoryka, pragmatyka i emocje), ✓ techniki aktywnego słuchania (zadawanie pytań otwartych i zamkniętych, parafrazowanie, podsumowywanie, klasyfikowanie itp.), • analiza typowych błędów popełnianych w procesie komunikacji i nauka technik radzenia sobie z błędami.
<p>4. Komunikacja w służbie sprzedaży - jak dopasować komunikację do potrzeb klienta?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 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: <ul style="list-style-type: none"> ✓ propozycja bezpośrednia, ✓ alternatywa, ✓ szczegół, ✓ rzut na taśmę, ✓ obietnica w raję, ✓ połowa drogi, ✓ bilans, ✓ wykluczenie, ✓ komplement, • most z "tak".
<p>5. Follow-up w obsłudze klienta - techniki reagowania na obiekcje i blokowania obiekcji</p>	<ul style="list-style-type: none"> • sytuacja nieporozumienia, • sytuacja wątpliwości, • bezsprzeczna wada, • skarga, • niezasadne oskarżenia, • technika pozornej zgody i bumerangu.
<p>6. Techniki asertywnego radzenia sobie z sytuacjami trudnymi</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.

7. Dopasowanie komunikacji do potrzeb klienta

- 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:
 - ✓ 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.

8. Elementy organizacji pracy własnej

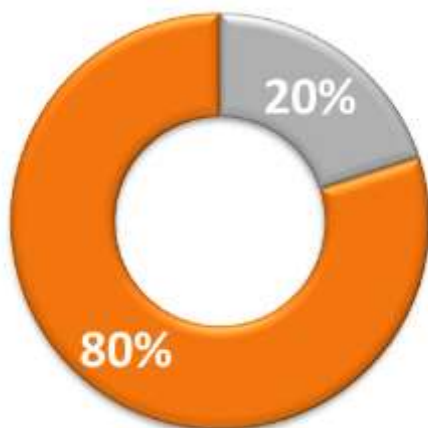
- efekt tępej piły i inne typowe pułapki planowania zadań,
- ustalanie priorytetów w poszczególnych okresach rozliczeniowych,
- monitoring i kontrola realizacji planów,
- metoda grupowania zadań,
- reguła 80/20,
- różnice podejść do "jakości w czasie" między "Perfect", "Nice to have" i "Good enough",
- 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 "samych 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.

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.

Sposób pracy podczas szkolenia:



20% część teoretyczna

wykłady interaktywne poparte doświadczeniem trenera i uczestników

80% część warsztatowa

warsztaty nastawione są na rozwiązywanie kluczowych i bieżących zagadnień zgłoszonych przez uczestników. Szkolenie składa się w dużej mierze z realizacji ćwiczeń praktycznych.

Uczestnicy poprzez **zadania, gry i studia przypadków** uczą się i wyciągają wnioski, samodzielnie poszukują rozwiązań i budują własny zbiór najważniejszych narzędzi, które będą przydatne podczas 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, asesor, certyfikowany Project Manager (PRINCE), fan Evidence Based Management

Niekwestionowany praktyk - ma doświadczenie 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.

Jako konsultant i trener zawsze proponował swoim klientom rozwiązania ambitne, ale sprawdzone. Jako fana **Evidence Based Management**, interesuje go wymierny efekt biznesowy, a ponieważ doskonale rozumie sposób działania menedżerów we współczesnych organizacjach, jego rozwiązania zawsze mają priorytet efektywności kosztowej. Zdobyte doświadczenia pozwalają mu więc projektować rozwiązania najlepiej dopasowane do potrzeb pracowników, ale zawsze w zgodzie ze strategią biznesową firmy i w bezpośrednim odniesieniu do wymagań rynku (klientów) oraz branży (konkurencja).

Zajmował się budowaniem nowej sieci sprzedaży w niezwykle konkurencyjnej branży motoryzacyjnej. Do jego obowiązków należało projektowanie, organizowanie i prowadzenie szkoleń, treningów i coachingów dla pracowników i zarządzających siecią sprzedaży. **Odpowiadał za Customer Experience (jakość obsługi) w sieci handlowej.** Zbudował od podstaw, wdrożył i administrował procesami szkoleniowymi i rozwojowymi. Zbudował nowy model sprzedaży, wdrożył go w sieci handlowej, monitorował jego wypełnianie oraz przecertyfikował kierownictwo.

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, Góraźdze Cement (Heidelberg Group), IKEA Manufacturing, Inea, Martin Bauer, Novol, Siniat, Swisspor, Vestas, Vetoquinol, Volkswagen Poznań, Voss Automotive, VW Motor, VW Motor Polska.

Wiedzę zdobywał m.in. na uczelniach: NTNU Trondheim, Uniwersytet Adama Mickiewicza w Poznaniu, Universitetet i Bergen.

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:	do 4 osób
Termin:	08-09.04.2021 r.
Miejsce:	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 – ćwiczenia –> wnioski, • materiały szkoleniowe będące uzupełnieniem treści prezentowanych w trakcie warsztatu, • fotoprotokół - prezentacja zawierająca zdjęcia flipchartów wykorzystanych podczas szkolenia, zawierają one kluczowe pomysły, wypracowane metody działania oraz podsumowania zadań praktycznych realizowanych podczas zajęć. • dostęp do platformy „Strefa Klienta”, gdzie może pobrać materiały, prezentacje, filmy i zdjęcia przygotowane podczas zajęć, • imienny certyfikat ukończenia szkolenia, • podczas szkolenia zapewniony jest catering (lunch i przerwy kawowe).
<p>Zapraszamy do kontaktu:</p> <p>Julita Gotkowicz tel. kom. 881 036 989 julita.gotkowicz@open-szkolenia.pl</p>	