

# **Radzenie sobie w sytuacjach trudnych i konfliktowych w obsłudze klienta**

## **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 stażem. 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. Dostępne są również referencje telefoniczne.



## 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 jeszcze lepiej przygotować zagadnienia, które będą omawiane podczas szkolenia.

## Profil uczestnika:

---

Szkolenie jest skierowane zarówno do osób, które na co dzień pracują z Klientem i używają swoich zdolności komunikacyjnych i sprzedażowych, jak i tych, którzy dopiero mają zacząć pracę z obsługą Klienta.

## Program szkolenia:

---

<p><b>1. Co jest ważne, aby klient czuł się dobrze obsługiwany?</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• uniwersalne zasady w procesie obsługi klienta,</li> <li>• błędy, jakie popełniają osoby odpowiedzialne za obsługę w kontakcie z klientem wewnętrznym,</li> <li>• reguły uniwersalne i reguły szczegółowe.</li> </ul>
<p><b>2. Komunikacja z klientem jako podstawa skutecznej obsługi - czyli co robić, aby być właściwie rozumianym</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• podstawowe zasady skutecznej komunikacji,</li> <li>• analiza czynników utrudniających porozumiewanie się ze strony nadawcy,</li> <li>• analiza czynników utrudniających proces komunikowania się ze strony odbiorcy,</li> <li>• rola komunikatów werbalnych i niewerbalnych w procesie komunikacji,</li> <li>• sposoby przeciwdziałania niezrozumieniu.</li> </ul>

### Przykładowe zadanie: *Mapy*

Zadanie to sprawdza kompetencje komunikacyjne oraz zdolność do wyciągania wniosków z zebranych informacji członków zespołu. Uczestnicy zadania otrzymują mapę pewnego terenu, a zadaniem jednego, uprzednio wybranego uczestnika jest przeprowadzenie pozostałych przez mapę zgodnie z trasą, którą samodzielnie wyznaczył. Trudność zadania jest dodatkowo zwiększana poprzez fizyczne oddzielenie prowadzącego od pozostałych członków grupy (rozmowa z uczestnikami odbywa się tylko poprzez przekaz werbalny i symuluje rozmowę telefoniczną). Poprawne rozwiązanie tego zadania wymaga od uczestników zastosowania zaawansowanych kompetencji komunikacyjnych, związanych z dopasowywaniem własnych informacji i założeń do informacji i założeń rozmówcy. W trakcie trwania zadania wszelkie wypowiedzi uczestników są notowane, stanowiąc podstawę do omówienia procesu rozwiązywania zadania po jego zakończeniu.

<p><b>3. Kontakt jako podstawowy warunek efektywności w procesie obsługi klienta</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• zasady dotyczące nawiązywania kontaktu,</li> <li>• autoprezentacja, czyli sztuka kierowania wrażeniem – budowanie wizerunku osoby/działu,</li> <li>• rola komunikacji werbalnej i niewerbalnej,</li> <li>• podstawowe umiejętności potrzebne w rozmowie z klientem (sposób formułowania wypowiedzi, zbierania potrzeb, zadawania pytań, argumentacja i przekonywanie),</li> <li>• różne sposoby zachęcania klienta do współpracy,</li> <li>• sposoby dostrajania się do klienta,</li> <li>• znaczenie podtrzymywania „dobrego kontaktu” w kontaktach wewnętrznych i zewnętrznych.</li> </ul>
<p><b>4. Tworzenie wizerunku własnego jako osoby reprezentującej firmę</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• autoprezentacja (jak i co komunikuję poprzez swoje zachowanie, ekspresję, sposób mówienia, ton głosu),</li> <li>• diagnoza własnego stylu nawiązywania kontaktu,</li> <li>• sposoby mobilizowania rozmówcy do otwartości i zaangażowania.</li> </ul>
<p><b>5. Podstawowe zasady zachowywania się wobec zastrzeżeń</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• okazywanie zainteresowania,</li> <li>• traktowanie obiekcji w kategoriach informacji,</li> <li>• zadawanie pytań jako sposób pogłębiania wiedzy o przyczynach pojawiania się zastrzeżeń,</li> <li>• sposoby radzenia sobie z emocjami w momencie pojawiania się zastrzeżeń,</li> <li>• sposoby przyznawania racji klientowi.</li> </ul>
<p><b>Przykładowe zadanie: Łądowanie na Księżycu</b></p> <p>Treść zadania dotyczy konieczności określenia indywidualnego stosunku wobec zaprezentowanego w zadaniu dylematu. Indywidualne wybory są następnie prezentowane na forum – na ich podstawie prowadzone są negocjacje, których wynik wpływa na efekt pracy wszystkich zaangażowanych uczestników. Zawartość merytoryczna zadania jest tak skonstruowana, by zawodowa wiedza uczestników miała jak najmniejszy wpływ na jego przebieg, a o ostatecznym osiąganym wyniku decydowały głównie umiejętności argumentowania i radzenia sobie z zastrzeżeniami. Wynik zadania uzależniony jest od umiejętności utrzymywania partnerskich negocjacji przez uczestników.</p>	
<p><b>6. Gdy pojawiają się negocjacje...</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• charakterystyka podstawowych stylów prowadzenia negocjacji,</li> <li>• co zyskujemy a co tracimy - korzyści i ograniczenia wynikające ze stosowania określonych stylów,</li> <li>• rodzaj relacji z klientami jako warunek wyznaczający wybór stylu (relacje krótko- bądź długoterminowe),</li> <li>• podstawowe reguły negocjacji nastawionych na współpracę.</li> </ul>
<p><b>7. Etapy procesu negocjacji</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ustalenie reguł,</li> <li>• nazywanie interesów swoich i partnera,</li> <li>• formułowanie problemów negocjacyjnych.</li> </ul>

### Przykładowe zadanie: Bentley

Negocjacje dotyczące sprzedaży luksusowego samochodu prowadzone są w systemie „jeden na jeden”. Zadaniem jednego z partnerów jest sprzedaż omawianego samochodu na określonych warunkach, zadaniem drugiego jest zakup omawianego samochodu na innych, również ściśle zdefiniowanych warunkach. Uczestnicy otrzymują szczegółowe informacje na temat swoich założeń i oczekiwanych warunków kupna/sprzedaży, historię przedmiotu sprzedaży oraz opis innych czynników, wpływających na obecny kontakt handlowy. Omówienie zadania opiera się na analizie wszelkich zaobserwowanych technik i gier negocjacyjnych, wyjaśniana jest konsekwencja ich stosowania oraz ich rzeczywista skuteczność konsekwencje wynikające z pominięcia poszczególnych etapów poszukiwanie rozwiązań.

#### 8. Ćwiczenie umiejętności radzenia sobie w sytuacjach trudnych i nietypowych

- analiza trudności pojawiających się w kontaktach z klientami,
- sytuacje trudne – skąd się biorą i czego dotyczą?
- typologia klientów - sposoby rozpoznawania poszczególnych typów klienta i dostrajanie się do ich postaw,
- „trudny klient” – radzenie sobie z agresją, zniecierpliwieniem, nadmierną gadatliwością, brakiem zainteresowania, dezorientacją klienta, negatywnym nastawieniem,
- wyjaśnianie zaistniałych problemów (docieranie do osób, z którymi chcemy rozmawiać, wyjaśnianie problemu, budowanie relacji współpracy).

Warunkiem skuteczności w procesie obsługi klienta jest umiejętność plastycznego dostrojenia się do różnego typu osób, w tym również do tzw. „trudnego klienta”. Dzięki ćwiczeniu tego typu sytuacji osoby odpowiedzialne za sprzedaż i obsługę klienta zyskują wiedzę na temat swoich „mocnych i słabych stron” w kontaktach z klientami, oraz mają szansę poznać podstawowe zasady radzenia sobie z różnymi trudnościami mogącymi pojawić się w prowadzonych rozmowach.

#### 9. Wypracowanie (ćwiczenie) zasad obsługi klienta

- opracowanie (w formie „dekalogu”) jednolitego systemu reguł, jakie powinny być bezwzględnie przestrzegane w procesie obsługi klienta.

## PODSUMOWANIE

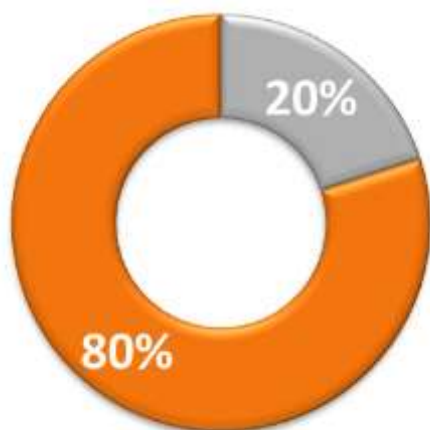


- **dyskusja podsumowująca,**
- wręczenie uczestnikom **certyfikatów** ukończenia szkolenia,
- **fotoprotokół** - prezentacja zawierająca zdjęcia flipchartów wykorzystanych podczas zajęć. Zawierają one kluczowe pomysły, wypracowane metody działania oraz podsumowania zadań praktycznych realizowanych podczas 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 oraz część zadaniowa są przykładowe i mogą ulec zmianie w trakcie trwania szkolenia w związku z potrzebami Uczestników i przebiegiem szkolenia.

## 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:

---

**Anna Krawulska - Biegańska** – psycholog, trener, asesor, coach, autorka projektów rozwojowych

Ponad 18 lat doświadczenia w zawodzie. Autorka projektów rozwojowych dotyczących m.in. budowania i implementacji **systemów ocen pracowników**, wdrażania **wartości do organizacji**, cykli **szkoleń dla menedżerów, trenerów wewnętrznych i talentów**. Prowadzi **coaching i konsultacje indywidualne** dla kadry zarządzającej różnego szczebla. Jako asesor tworzy i realizuje badania **Assessment i Development Center**. Projektuje i realizuje **badania satysfakcji pracowników** oraz badania oceny pracownika metodą **270/360 stopni**. Jest ekspertem w obszarze usprawnienia **komunikacji wewnętrznej**.

Posiada certyfikaty: TA 101 w zakresie Analizy Transakcyjnej (wydany przez European Association for Transactional Analysis), certyfikat European Association for Psychotherapy oraz DiSC Certification. Jest członkiem zespołu poznańskiego Ośrodka Psychoterapii i Treningów Psychologicznych AION. Prowadzi również zajęcia w ramach podyplomowych studiów MBA na Uniwersytecie im. Adama Mickiewicza w Poznaniu.

W pracy trenerskiej specjalizuje się w realizacji szkoleń z zakresu rozwijania kompetencji menedżerskich, komunikacji wewnętrznej, zarządzania czasem i planowania pracy, oraz train the trainers.

**Od początku swojej pracy w zawodzie trenerka prowadziła projekty rozwojowe dla takich firm jak:**

Aesculap Chifa B. Braun, Albis, Amica Wronki, AVK Polska, Avon Cosmetics, BASF Poliuretany, Berker, Bolsius, BP Europa SE, Brugman, Convert, DanHatch, Dolnośląska Fundacja Transplantacji, Duni, DWS Draexlmaier, Eckert, Essel Propack, Etex Building Performance, Euroline, Europol, Euroverlux, Everen, EWE Energia, Exalo Drilling, Firestone Industrial Products, FPC, Fresenius Medical Care, GJC Inter Media, Gonvarri, Górażdże Cement, Grundfos Pompy, Guardian, Hempel Manufacturing, Hermes, IBB Andersia Hotel, Ikea Industry Poland, Imperial Tobacco, Inea, ITM Baza Poznańska, Janipol, JMK, John Deere, Kärcher, Keller, KGHM, Krahn Chemie, Kruk, Kromberg & Schubert, Leopold, Lisner, M&W Spedition, Man Accounting Center, Maripol, Maszoński, MM Brown, Navikon, Netbox, Nickel Development, Novartis Poland, Novol, Pałac Mierzęcin, Pfeifer & Langen, Phoenix Contact, Piotr i Paweł, Plasticos Durex, PLI Logistik & Service, Polinova, Polipol, Polskie Stowarzyszenie Centrów Ogrodniczych, Postal, PROFIm, Amcor Flexibles Złotów, Radisson SAS centrum Hotel, Remar Rhenius Ronal, Schattdecor, Shapers', Siniat, Solaris Bus & Coach, Spectrum Brands, Stanley, Steico, Strabag, Strauss Cafe, Swisspor Polska, Tbmeca, Topex, Transpost, TUI Polska, Uesa, Uniwersytet im. Adama Mickiewicza, Walsroder, Vasco Group, Vestas, Vetoquinol Biowet, Voestalpine Rotec, Volkswagen Group Polska, Volkswagen Motor Polska, Volkswagen Poznań, VOSS Automotive, VOSS Fluid, Wavin Metalplast, Werner Kenkel, Wielkopolska Grupa Prawnicza.

## Warunki organizacyjne:

---

<b>Czas trwania szkolenia:</b>	2 dni szkoleniowe ( 2 x 8 x 45 minut + przerwy )
<b>Harmonogram:</b>	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
<b>Liczebność grupy:</b>	do 4 osób
<b>Termin:</b>	<b>27-28.05.2021 r.</b>
<b>Miejsce:</b>	OPEN Konsultacje & Szkolenia w Poznaniu przy ul. Serbskiej 6a/1
<b>Cena:</b>	<b>1450 PLN + 23% VAT / 1 osoba</b>
<b>Wartość obejmuje:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>ankietę diagnozy potrzeb</b> skierowaną do uczestników przed szkoleniem,</li> <li>• przeprowadzenie zajęć przez <b>trenera z kilkunastoletnim doświadczeniem</b> w zawodzie,</li> <li>• prowadzenie szkolenia w formie <b>warsztatowej – ćwiczenia –&gt; wnioski</b>,</li> <li>• <b>materiały szkoleniowe</b> będące uzupełnieniem treści prezentowanych w trakcie warsztatu,</li> <li>• <b>fotoprotokół</b> - prezentacja zawierająca zdjęcia flipchartów wykorzystanych podczas szkolenia, zawierają one kluczowe pomysły, wypracowane metody działania oraz podsumowania zadań praktycznych realizowanych podczas zajęć,</li> <li>• dostęp do <b>platformy „Strefa Klienta”</b>, gdzie może pobrać materiały, prezentacje, filmy i zdjęcia przygotowane podczas zajęć,</li> <li>• po zakończeniu warsztatu <b>trener jest do dyspozycji</b> w razie pojawienia się dodatkowych pytań ze strony uczestników,</li> <li>• możliwość skorzystania z <b>e-konsultacji</b> bądź kontaktu telefonicznego z trenerem prowadzącym szkolenie w przypadku pojawienia się sytuacji trudnych lub kwestii do dalszego przedyskutowania,</li> <li>• <b>imienny certyfikat</b> ukończenia szkolenia,</li> <li>• podczas szkolenia zapewniony jest <b>catering</b> (lunch i przerwy kawowe).</li> </ul>
<p><b>Zapraszam do kontaktu:</b></p> <p><b>Julita Gotkowicz</b></p> <p>tel. kom. 881 036 989</p> <p><a href="mailto:julita.gotkowicz@open-szkolenia.pl">julita.gotkowicz@open-szkolenia.pl</a></p>	