

Wyróżniająca Obsługa Klienta. Jak zaprojektować unikalne doświadczenia zakupowe?

Czas trwania: 2 dni

Cele szkolenia:

Celem szkolenia jest podniesienie kompetencji pracowników obsługi klienta poprzez rozwój umiejętności językowych, interpersonalnych i emocjonalnych. Szkolenie ma na celu wzmocnienie profesjonalnego wizerunku firmy, budowanie długotrwałych relacji z klientami oraz zarządzanie trudnymi sytuacjami w procesie obsługi. Uczestnicy nauczą się, jak skutecznie komunikować się z klientami, jak budować pozytywne doświadczenia zakupowe i jak zarządzać sytuacjami kryzysowymi, by zachować wysoką jakość obsługi.

Szkolenie odpowiada na pytania:

- Jakie techniki komunikacyjne wspierają wyróżniającą obsługę klienta?
- Jak identyfikować i usuwać bariery w komunikacji z klientami?
- Jakie są kluczowe etapy ścieżki klienta (customer journey) i jak wpływają na jego satysfakcję?
- Jak reagować na trudne sytuacje w obsłudze klienta, takie jak reklamacje czy awanturujący się klienci?
- Jak budować długoterminowe relacje z klientami i jak te relacje wpływają na postrzeganą jakość obsługi?
- Jak wykorzystać komunikację wewnętrzną do poprawy jakości obsługi klienta?

Program:

DZIEŃ 1 – KOMUNIKACJA Z KLIENTEM

Moduł 1: Lingwistyka sprzedażowa w budowaniu profesjonalnego wizerunku i zachowaniu wyróżniającej obsługi klienta

- Charakterystyka i funkcje procesu komunikacji
- Bariery w komunikacji
- Indywidualny styl komunikowania się
- Moje mocne strony w komunikacji
- Moja rola w obsłudze klienta a komunikacja

- Komunikacja formalna i nieformalna
- Kanały komunikacji i zarządzanie informacją
- Warunki skutecznej komunikacji z klientem
- Zwroty lingwistyczne, które warto znać
- Dobre i złe praktyki korespondencji e-mail z klientem

Moduł 2: Mapa doświadczeń klienta a moja rola w procesie

- Wypracowanie narzędzi i standardów obsługi klienta
- Obsługa posprzedażowa
- Proces sprzedaży vs potrzeby i oczekiwania klienta
- Znaczenie wewnętrznych relacji w procesie tworzenia i dostarczania jakości dla klientów
- Cele indywidualne a cele firmy w kontekście obsługi klienta
- Współpraca i wspólnota celów w zakresie customer service – jak to się przekłada na sposób postrzegania firmy przez klientów?

Moduł 3: Trudne sytuacje w procesie obsługi klienta

- Praktyczne case study obsługi klienta
- Przekazywanie niewygodnych informacji klientowi
- Trudny, awanturujący się klient
- Zasady poprawnej komunikacji w trudnej sytuacji (np. reklamacja)
- Case study – praktyczne przykłady

DZIEŃ II – KOMUNIKACJA WEWNĘTRZNA I ZEWNĘTRZNA

Moduł 1: Współpraca 360°

- Sprawna komunikacja – klucz do sukcesu pracy w zespole – gra zespołowa
- Wykorzystanie zasobów zespołowych do realizacji celów firmy
- Zasady współpracy w zespole
- Metody komunikacji a wpływ na wynik realizacji celów organizacji

Moduł 2: Konstruktywny komunikat z klientem wewnętrznym i zewnętrznym

- Komunikacja perswazyjna
- Udzielanie informacji zwrotnej
- Jak prosić, aby ktoś chciał spełnić prośbę
- Jak zwrócić uwagę, aby nikogo nie obrazić
- Asertywność w komunikacji z klientem
- Presja klienta – jak reagować?

Moduł 3: Rozwiązywanie konfliktów (obsługa klienta zewnętrznego i wewnętrznego)

- Gdzie rodzi się konflikt? Kiedy tracimy panowanie nad sytuacją?
- Źródła i rodzaje konfliktów z klientami

SENSE

Consulting sp. z o. o.

ul. Podgórze 11/31

61-749 Poznań

NIP: 7781456826

T +48 61 843 26 11

E biuro@senseconsulting.pl

senseconsulting.pl

- Własny styl rozwiązywania konfliktów w zakresie obsługi klienta – test
- Konflikt z klientem wewnętrznym – sposoby rozwiązywania konfliktów oraz reguły postępowania w sytuacji trudnej
- Wyrażanie potrzeb w sytuacjach konfliktowych w kontekście customer service

SENSE

Consulting sp. z o. o.

ul. Podgórze 11/31

61-749 Poznań

NIP: 7781456826

T +48 61 843 26 11

E biuro@senseconsulting.pl

senseconsulting.pl