

Trening obsługi klienta

Program ten przygotowaliśmy z myślą o pracownikach działów obsługi klienta i sprzedaży, którzy w swojej pracy spotykają się z klientami na terenie swojego biura, firmy czy instytucji.

Jeżeli w codziennej pracy pracownicy doświadczają trudnych kontaktów z klientami, trening ten jest miejscem do przepracowania tych sytuacji i wprowadzenia ważnych zmian, tak aby zwiększać satysfakcję klientów, chroniąc jednocześnie najważniejsze interesy firmy i interesy własne.

W bezpiecznych warunkach szkoleniowych symulacji przeprowadzonych z użyciem kamery i w oparciu o standardy Państwa/Naszej firmy, uczestnicy mierzą się z niezadowolaniem, agresją, uzasadnionymi pretensjami, atakami, biernością i innymi formami zachowań klientów, które sprawiają im trudność. Bezpośrednim skutkiem zajęć jest przyswojenie konkretnych narzędzi budowania relacji z klientami w oparciu o model wygrany - wygrany.

Dzięki temu treningowi uczestnicy:

- nauczą się, jak radzić sobie z silnymi emocjami klientów, ukierunkowując energię na rozwiązywanie problemu,
- poznają i przećwiczą sprawdzone standardy obsługi klienta przydatne w ich codziennej pracy,
- wzmocnią umiejętności stawiania granic i dbania o siebie w trudnych sytuacjach,
- nauczą się profesjonalnie przyjmować reklamacje, dbając o interesy zarówno firmy jak i klientów,
- rozwiną umiejętności budowania relacji opartej o potrzeby, przez co wzrośnie stopień satysfakcji z kontaktu po obu stronach,
- poznają sprawdzone metody radzenia sobie z niechęcią i sprzeciwem klientów poprzez docieranie do poziomu prawdziwych motywów i potrzeb.

Ramowy program szkolenia:

1. Filozofia obsługi klienta nastawiona na budowanie długotrwałej relacji handlowej.
2. Najważniejsze umiejętności komunikacyjne w obsłudze klienta: aktywne słuchanie, parafraza, nazywanie własnych interesów i docieranie do interesów klienta, zadawanie pytań.
3. Minimalizowanie negatywnych emocji: sposoby radzenia sobie z trudnymi emocjami po stronie klienta i pracownika obsługi klienta.
4. Profesjonalne przyjmowanie reklamacji, dające klientowi satysfakcję oraz dbające o interesy firmy. Różne scenariusze działania w sytuacji uzasadnionych i nieuzasadnionych reklamacji.
5. Umiejętne odmawianie klientowi, tak aby go nie stracić i zwiększyć szansę, by wrócił.
6. Radzenie sobie z krytyką firmy: asertywne techniki radzenia sobie z krytyką.
7. Radzenie sobie z osobistym atakiem klienta lub z wypowiedziami naruszającymi wartość sprzedawcy. Asertywne stawianie granic.
8. Umiejętne docieranie do poziomu interesów klienta, tak aby można było zapewnić jakość obsługi dostosowaną do jego potrzeb.
9. Negocjowanie z klientami w dbałości o interesy firmy i satysfakcję klienta.
10. Analiza trudnych sytuacji w obsłudze klienta: tworzenie i doskonalenie standardów obsługi klienta w powtarzających się i trudnych sytuacjach uczestników.