



## KORESPONDENCJA REKLAMACYJNA Z KLIENTEM – DZWONEK ALARMOWY DLA FIRMY

Numer usługi 2024/06/20/7829/2190621

1 033,20 PLN brutto

840,00 PLN netto

172,20 PLN brutto/h

140,00 PLN netto/h

OŚRODEK SZKOLEŃ  
I INFORMACJI  
"EFFECT" JOANNA  
JAROSZ-OPOLKA



📍 zdalna w czasie rzeczywistym

👤 Usługa szkoleniowa

🕒 6 h

📅 23.09.2024 do 23.09.2024

## Informacje podstawowe

<b>Kategoria</b>	Prawo i administracja / Prawo handlowe
<b>Sposób dofinansowania</b>	wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
<b>Grupa docelowa usługi</b>	<b>Szkolenie adresujemy do:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Pracowników Działów Reklamacji, Serwisu</li><li>• Pracowników Działów Obsługi Klienta, Help Desk</li><li>• Pracowników Działów Handlowych, do których przekazywane są informacje o problemach Klientów</li><li>• Pracowników Działów Kontroli Jakości</li><li>• Pracowników Działów Produkcji, Technologów, odpowiedzialnych za końcową jakość produktów oraz wszystkich osób zajmujących się problematyką reklamacji w przedsiębiorstwie</li></ul>
<b>Minimalna liczba uczestników</b>	10
<b>Maksymalna liczba uczestników</b>	16
<b>Data zakończenia rekrutacji</b>	20-09-2024
<b>Forma prowadzenia usługi</b>	zdalna w czasie rzeczywistym
<b>Liczba godzin usługi</b>	6
<b>Podstawa uzyskania wpisu do BUR</b>	Certyfikat systemu zarządzania jakością wg. ISO 9001:2015 (PN-EN ISO 9001:2015) - w zakresie usług szkoleniowych

# Cel

## Cel edukacyjny

Uczestnicy zdobędą wiedzę i umiejętności z zakresu:

reguł i standardów przygotowania pisemnej odpowiedzi na zgłaszane reklamacje  
wypracowania skutecznych zasad redagowania pism reklamacyjnych  
asertywnej odmowy w zakresie odpowiedzi na reklamację  
panowania nad emocjami własnymi i klienta w pismach reklamacyjnych  
prezentacja wzorów, przykładów, analiz

## Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
x	x	Wywiad swobodny

## Cel biznesowy

Podczas szkolenia Korespondencja reklamacyjna dowiesz się jak krok po kroku pisać odpowiedzi na reklamacje w kanale B2C oraz B2B.

Omówimy realne, biznesowe przykłady odpowiedzi na zgłoszenia reklamacyjne.

Poznasz najlepsze praktyki i błędy, których należy się wystrzegać w komunikacji pisemnej z klientami. Otrzymasz gotowe wzory i przykłady rozwiązań.

Poznasz zestaw ponad 50 uniwersalnych zwrotów i zdań, które poprawią jakość Twojego kontaktu z Klientami i ułatwią codzienną pracę.

Nauczysz się pisać odpowiedzi na reklamacje językiem dopasowanym do odbiorcy, poprawisz szybkość reakcji na problem, przy zachowaniu uprzejmości, empatii i indywidualnego podejścia do każdego Klienta.

PISANIE ODPOWIEDZI NA REKLAMACJE NA NAJWYŻSZYM POZIOMIE

## Efekt usługi

Wiedza i umiejętności nabyte podczas szkolenia będą weryfikowane w trakcie codziennej pracy

## Metoda potwierdzenia osiągnięcia efektu usługi

Wiedza i umiejętności nabyte podczas szkolenia będą weryfikowane w trakcie codziennej pracy

# Kwalifikacje

## Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

## Warunki uznania kompetencji

Pytanie 1. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji zawiera opis efektów uczenia się?

X

**Pytanie 2. Czy dokument potwierdza, że validacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji?**

X

**Pytanie 3. Czy dokument potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielanie procesów kształcenia i szkolenia od validacji?**

X

## Program

<https://effect.edu.pl/szkolenie-obsługa-klienta-reklamacje/szkolenie-korespondencja-reklamacyjna-2>

**Jak pisać odpowiedzi na reklamacje – program szkolenia:**

**Reklamacja jako szansa lub zagrożenie, czyli jak wykorzystać kontakt z klientem reklamacyjnym (B2C/B2B), aby wzmocnić jego lojalność do firmy i jej produktów oraz usług.**

- Potrzeby merytoryczne i psychologiczne współczesnych Klientów reklamacyjnych.
- Indywidualne i szablonowe podejście do Klientów w kontekście szans i zagrożeń dla firmy.
- „Ryzyko reputacyjne” jako kluczowy wskaźnik w podejmowaniu decyzji o rozstrzygnięciu reklamacji – case study.
- Podejście „Reklamacja jako prezent” wg J. Barlow & C. Moller.
- Reklamacja jako specyficzny proces negocjacyjny z Klientem.
- Edukacja Klientów reklamacyjnych jako wyzwanie dla firm w sytuacji odrzucenia reklamacji.

**Kluczowe aspekty prawne reklamacji z punktu widzenia klienta (B2C i B2B) oraz firmy.**

- Kiedy zgłoszenie/pismo Klienta spełnia formalne wymogi pisma reklamacyjnego?
- Kluczowe prawa i obowiązki każdej ze stron w procesie reklamacyjnym.
- Reklamacja z tytułu gwarancji i rękojmi (Kodeks Cywilny).
- Umowa B2B i jej zapisy jako podstawa do podjęcia decyzji reklamacyjnej (możliwości wyłączania zapisów wynikających z rękojmi).

**Odpowiedzi na reklamacje klientów (B2C i B2B) – praktyczne przykłady z biznesu.**

- Dobre praktyki oraz najczęściej popełniane błędy w pismach do Klientów.
- Spójność argumentacyjna oraz używanie języka faktów i danych.
- Argumentacja obiektywna i subiektywna oraz język emocji.
- Elementy „personalizacji” pisma.
- „Kwiatki” słowne, stylistyczne, logiczne, strukturalne – najczęściej spotykane błędy.
- Case study z różnych branż odpowiedzi na reklamacje Klientów.

**Struktura profesjonalnej odpowiedzi na reklamację klienta.**

- Pismo czy list? czyli relacyjne lub formalne podejście do Klienta – przykłady.
- Blokowa struktura pisma (wstęp-rozwinięcie-zakończenie).
- Elementy obowiązkowe i opcjonalne w piśmie do Klienta (klauzule).
- Tytułowanie pism, zwroty grzecznościowe – różne przykłady i trendy w biznesie.
- Podstawy netykiety w korespondencji – przykłady i najnowsze trendy.
- Zwięzłość, przejrzystość i zarządzanie przestrzenią w piśmie.
- Złote zasady redagowania pism.

**Odrzucenie reklamacji, czyli jak efektywnie przedstawić klientowi argumenty do odmowy, tak, aby nie poczuł się obwiniany?**

- Jak nie obwiniać Klienta używając różne techniki komunikacyjne
  - „tryb bezosobowy” (imiestów bierny w praktyce),
  - „generalizacja” z wykorzystaniem zasady społecznego dowodu słuszności
  - „rozmywanie odpowiedzialności”
- Technika „kanapka” w teorii i praktyce, czyli jak złagodzić decyzję negatywną?
- Techniki „przeramowania” komunikatów negatywnych na pozytywne.

- Zagrożenia wynikające z nadużywania trybu rozkazującego w komunikacji.
- Język „możliwości” i język „ograniczeń” w odpowiedzi na reklamacje.
- Kluczowe zasady perswazji w komunikacji pisemnej.
- Tworzenie wątków edukacyjnych przy decyzjach negatywnych, czyli jak delikatnie i umiejętnie powiedzieć Klientowi co powinien zrobić inaczej, aby sytuacja reklamacyjna nie powtórzyła się po raz kolejny
- W jaki sposób zmniejszać szanse na składanie odwołań przez Klientów poprzez skuteczne „zamykanie” pism reklamacyjnych.

#### Model 7 kroków wg J. Barlow & C. Moller pisma odpowiadającego na reklamacje klienta. Decyzja negatywna i pozytywna.

- Podziękuj Klientowi za napisanie w danej sprawie
- Poinformuj, że:
  - jest to Ciebie ważne
  - dokładnie przeanalizowałeś dokładnie opisaną sprawę
  - rozumiesz sytuację w jakiej się znalazł.
- Odnieś się do meritum sprawy opisując ją w sposób zindywidualizowany, językiem Klienta, tak, aby miał przekonanie, że jest traktowany podmiotowo i że jest dla Ciebie ważny i traktujesz go szczególnie.
- Wyjaśnij dokładnie, na czym polega nieporozumienie, ale **NIE OBWINIAJ**
- Poinformuj o odrzuceniu reklamacji.
- Opcjonalnie:
  - przedstaw formę ewentualnego zadośćuczynienia (technika „cukierka”)
  - zabezpiecz relacja na przyszłość (budowanie lojalizacji),
  - zredaguj wątek edukacyjny.
- Poinformuj o zakończeniu postępowania reklamacyjnego.

#### Wykorzystanie AI/ChatGPT w redagowaniu odpowiedzi na reklamacje

- Możliwości ChatGPT w redagowaniu pism skierowanych do różnych grup odbiorców.
- Odpowiedzi o charakterze mniej lub bardziej formalnym na poziomie języka odbiorcy.
- Szanse i zagrożenia jakie daje AI/ChatGPT przy redagowaniu pism do Klientów.
- Praktyczne wykorzystanie – przykłady online.

#### Warsztat generowania pomysłów na uniwersalne zwroty i zdania do zastosowania w różnych pismach do klientów reklamacyjnych

- Wypracowanie banku zunifikowanych zwrotów przydatnych w tworzeniu pism do Klienta reklamacyjnego.
- Sesja informacji zwrotnych trenera i uczestników.

#### Złote zasady postępowania w procesie reklamacyjnym

- Dekalog najważniejszych zasad obsługi Klienta reklamacyjnego w kanale korespondencyjnym.
- Zadania wdrożeniowe dla uczestników szkolenia (opcja).
- Sesja Q&A.
- Sesja informacji zwrotnych dotyczących i podsumowanie szkolenia.

## Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 1

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<div style="background-color: #e00000; color: white; padding: 2px; display: inline-block;">1 z 1</div> KORESPONDENCJA REKLAMACYJNA Z KLIENTEM – DZWONEK ALARMOWY DLA FIRMY	trener Effect	23-09-2024	09:00	15:00	06:00

# Cennik

## Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	1 033,20 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	840,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	172,20 PLN
Koszt osobogodziny netto	140,00 PLN

## Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

### trener Effect

Trener Biznesu, Coach, Interim Menedżer z 20-letnim doświadczeniem menedżerskim i sprzedażowym, praktyk NLP. Specjalizuje w szkoleniach z zakresu procesów reklamacyjnych, tworzenia wzorów odpowiedzi na reklamacje, merchandisingu i psychologii zachowań konsumenckich.

Od 15 lat wdraża w firmach standardy obsługi klienta z uwzględnieniem trudnych sytuacji reklamacyjnych, prowadzi audyt procedur reklamacyjnych. Trener zarządzania emocjami w obsłudze klienta, komunikacji z klientem, z doświadczeniem praktycznym zdobytym w pracy w międzynarodowych korporacjach.

Jest autorem kilku publikacji prasowych na temat sprzedaży relacyjnej i obsługi klienta w procesie reklamacji w pismach branżowych: Business&Coaching Magazin, Handel, Fresh&Cool.

Autor poradnika dla handlowców: „Merchandising w praktyce”.

Autor publikacji na temat wykorzystania metody OJT – dla magazynu Business & Coaching oraz rozwoju kompetencji menedżerskich (Zarządzanie Zespołem Sprzedażowym w oparciu o program Zarządzanie przez Cele MBO).

Praktyk NLP i specjalista w prowadzeniu coachingu handlowców metodą Coaching On The Job. Twórca standardów pracy dla Przedstawicieli Handlowych i Regionalnych Kierowników Sprzedaży. Posiada 10-letnie doświadczenie w zarządzaniu zespołami sprzedażowymi (do 120 osób) od Kierownika Regionalnego po Dyrektora Sprzedaży (obroty roczne – ponad 200 mln zł.)

## Informacje dodatkowe

### Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Materiały w formie PDF

### Informacje dodatkowe

Podana liczba godzin usługi dotyczy godzin lekcyjnych.

**Cena szkolenia obejmuje:** udział w szkoleniu z ćwiczeniami, materiały szkoleniowe w wersji pdf, elektroniczny certyfikat o podwyższeniu kwalifikacji zawodowych.

Organizujemy **szkolenia zamknięte**, prowadzone przez ekspertów, praktyków w danej branży. Koncentrujemy się na potrzebach dobrze zdefiniowanych. Dostarczamy rozwiązania dostosowane zarówno do oczekiwań Uczestników, ich sposobu pracy, jak i specyfiki Firmy, jej kultury organizacyjnej oraz wyznaczonych celów. Skorzystaj z naszego Katalogu autorskich programów albo wspólnie wypracujmy nową **ofertę szkoleniową** uwzględniającą rzeczywiste potrzeby Twojej firmy.

Zapytaj o szkolenie zamknięte.

## Warunki techniczne

- W celu prawidłowego i pełnego korzystania ze szkolenia należy posiadać urządzenie (komputer, laptop lub smartfon) z dostępem do Internetu, kamerą i mikrofonem.
- Proste, intuicyjne uruchamianie szkolenia na urządzeniach.
- Po rejestracji na szkolenie wszystkie kwestie techniczne będą Państwu przesłane drogą mailową.
- **Nasze szkolenie umożliwia interakcję i zadawanie pytań na każdym etapie prowadzenie. Uczestnicy mają bezpośredni kontakt z Prowadzącym bez konieczności zadawania pytań na czacie.**

## Kontakt



**Joanna Kuś**

**E-mail** [effect@effect.edu.pl](mailto:effect@effect.edu.pl)

**Telefon** (+48) 662 297 689