



AVENHANSEN Sp. z o.o.

★★★★☆ 4,4 / 5

1 365 ocen

Profesjonalna obsługa klienta w praktyce. Budowanie trwałych i partnerskich relacji z klientem

Numer usługi 2024/12/18/5061/2469222

📍 Gdańsk / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 17 h

📅 08.09.2025 do 09.09.2025

1 820,40 PLN brutto

1 480,00 PLN netto

107,08 PLN brutto/h

87,06 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Sprzedaż
Grupa docelowa usługi	Do udziału w szkoleniu zapraszamy osoby zainteresowane doskonaleniem praktycznych umiejętności związanych ze sprzedażą oraz obsługą klienta.
Minimalna liczba uczestników	4
Maksymalna liczba uczestników	10
Data zakończenia rekrutacji	05-09-2025
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	17
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Znak Jakości Małopolskich Standardów Usług Edukacyjno-Szkoleniowych (MSUES) - wersja 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Celem szkolenia jest przygotowanie do zbudowania zespołu świadomego wagi własnej postawy nastawionej na klienta – stosowanie filozofii pro klienckiej w codziennej pracy, z wykorzystaniem telefonu, jako narzędzia obsługi i komunikacji z klientem oraz nabycie podstawowych umiejętności efektywnej i profesjonalnej komunikacji z klientami także w sytuacjach trudnych, wymagających.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
charakteryzuje i stosuje podstawowe zasady bezpośredniej komunikacji z klientem	wymienia zasady komunikacji z klientem i opisuje sytuacje w jakich można je stosować (komunikacja bezpośrednia i zdalna)	Wywiad swobodny
	definiuje czym jest proaktywna obsługa klienta i opisuje jej zasady	Wywiad swobodny
rozpoznaje preferencje komunikacyjne Klientów	wymienia techniki pozwalające na rozpoznanie preferencji komunikacyjnych Klientów	Wywiad swobodny
opisuje sposoby na komunikację z trudnym Klientem	wymienia metody radzenia sobie z trudnym klientem	Wywiad swobodny
	wymienia narzędzia komunikacyjne w radzeniu sobie z zastrzeżeniami	Wywiad swobodny
stosuje zasady budowania dobrych relacji biznesowych z Klientem	wymienia i opisuje zasady obsługi Klienta wpływające na jego zadowolenie i lojalność	Wywiad swobodny
	Opisuje na czym polega "pozytywny język" oraz "odzwierciedlanie"	Wywiad swobodny

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

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

TAK

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

TAK

Pytanie 3. Czy dokument potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

TAK

Program

Celem szkolenia jest praca nad zbudowaniem zespołu świadomego wagi własnej postawy nastawionej na klienta – stosowanie filozofii pro klienckiej w codziennej pracy, z wykorzystanie telefonu, jako narzędzia obsługi i komunikacji z klientem oraz nabycie podstawowych umiejętności efektywnej i profesjonalnej komunikacji z klientami także w sytuacja trudnych, wymagających. Celem jest także nabycie postawy asertywnej w kontaktach z klientami.

Szkolenie polecamy wszystkim, którzy zajmuje się w przedsiębiorstwie kontaktami z klientami, obsługą reklamacji, szefom zespołów sprzedażowym oraz wszystkim komunikującym się z klientem.

MODUŁ I. PODSTAWY OBSŁUGI KLIENTA

1. Świadomość wagi jakości obsługi klienta i roli uczestnika w kreowaniu zadowolenia /satisfakcji/ klienta
2. Odpowiedzialność w kontaktach z klientem
3. Co znaczy nastawienie na klienta, postawa prokliencka?
4. Co to znaczy budować lojalność klienta i czy warto o to się starać?

MODUŁ II. PODSTAWY KOMUNIKACJI Z KLIENTEM, W TYM TELEFONICZNEJ, CZYLI JAK MÓWIĆ - SPOSÓB MÓWIENIA - NA CO KONIECZNIE NALEŻY ZWRÓCIĆ WAGĘ

Jak zrobić, aby klient powiedział - miło było pana słuchać. Poćwiczmy budowanie klimatu rozmowy. Poznasz sposoby zadbania o pozytywne relacje i dobre emocje klienta - czyli, że oprócz treści ważna jest także forma /dowiesz się, kiedy jest nawet ważniejsza/

1. Co należy wiedzieć o komunikacji?
2. Rodzaje komunikatów
3. Aktywne słuchanie
4. Klimat w rozmowie
5. Techniki dostrajania się
6. Co jest ważne w skutecznej komunikacji?
7. Narzędzia w komunikacji interpersonalnej w kontekście komunikacji w procesie obsługi klienta i sprzedaży

- Zdobyć zaufania klienta
- Dopasowanie do klienta, mirroring, odzwierciedlanie
- Techniki skutecznego dociekania
- Sprawdzanie zrozumienia
- Język i efektywność w tworzeniu komunikatu
- Techniki zadawania pytań
- Inne skuteczne narzędzia komunikacji
- Komunikacja pozytywna i negatywna

MODUŁ III. EMOCJE W KOMUNIKACJI, PROCESIE SPRZEDAŻY. BUDOWANIE RELACJI W KONTAKTACH Z KLIENTEM - POSTAWA PROKLIENCKA - NASTAWIENIE NA OCZEKIWANIA KLIENTA W OBSZARZE EMOCJONALNYM

1. Emocje klienta - o co warto koniecznie zadbać?
2. Źródła pozytywnych i negatywnych emocji. Diagnoza i działania
3. "Zarządzanie emocjami" - moje emocje i emocje klienta - jak z nimi pracować
4. Błędy w postrzeganiu emocji i ich konsekwencje
5. Empatia - czy jest potrzebna w procesie sprzedaży i obsługi klienta

MODUŁ IV. ROZPOZNAWANIE ZACHOWAŃ LUDZI - TYPOLOGIA KLIENTÓW

Nasi klienci, podobnie jak i my są różni - czyli, inaczej interpretują otaczający świat, podejmują decyzje na podstawie innych priorytetów, inne rzeczy dla nich są istotne, mają różne temperamenty etc. Skoro są różni to, aby być skutecznym w komunikacji /choćby zrozumiałym w przekazie / warto różnie się z nimi komunikować. Poznasz podstawowe typy klientów oraz przećwiczysz skuteczne sposoby komunikacji z nimi

1. Jak rozpoznać określony typ klienta?
2. Sposoby komunikacji z określonymi typami klientów

MODUŁ V. DEFINIOWANIE POTRZEB - ZASPOKAJANIE POTRZEB I UŚWIADAMIANIE ICH KLIENTOWI PODSTAWĄ PROFESJONALNEGO PODEJŚCIA DO KLIENTA

Przekonasz się, że klienci kupują z określonych powodów. Znajdź "powód" klienta a będziesz skuteczny. Po co, jak, i kiedy definiować potrzeby klienta - narzędzia, pomocne techniki, elementy postawy skutecznego handlowca

1. Aktywne słuchanie, komunikacja w trakcie rozmowy
2. Metoda „lejka”.
3. Rozpoznawanie potrzeb
4. Pytania w badaniu potrzeb klienta dostosowane do specyfiki branży
5. Błędy poznawcze w analizie potrzeb klient. Na jakie pułapki analizy sytuacji winniśmy się przygotować

MODUŁ VI. LEPIEJ ZAPOBIEGAĆ NIŻ LECZYĆ - UNIKANIE TRUDNYCH SYTUACJI

1. Komunikacja z klientem
 - Różne modele komunikacji - analiza transakcyjna, model 4 uszu Von Thuma
2. Standardy obsługi
3. Typologia klientów w kontekście "trudnych" sytuacji
4. Różne potrzeby klientów - różni klienci
5. Budowanie relacji z klientem
6. Odkrywanie potrzeb klienta jako podstawa dbałości o satysfakcję klienta
7. Kroki rozmowy z klientem
8. Zwroty budujące pozytywne relacje - pozytywna komunikacja
9. Z czego się biorą trudne sytuacje. Skąd się biorą zastrzeżenia, niezadowolenie klienta
10. Jak to odbieramy?
11. Emocje towarzyszące procesowi sprzedaży /negatywne i pozytywne/ dotyczące klienta i handlowca
12. Determinacja zachowań klienta
13. Błędy atrybucji w kontakcie z klientem i konsekwencje tychże działań
14. Empatia w obsłudze klienta w sytuacjach niecodziennych

MODUŁ VII. POSTĘPOWANIE W WYPADKU NEGATYWNYCH REAKCJI KLIENTA, KLIENT WYMAGAJĄCY, SYTUACJE NIECODZIENNE "TRUDNE SYTUACJE":

Poznasz efektywne sposoby, techniki i narzędzia postępowania w sytuacjach trudnych, niecodziennych i wymagających radzenia sobie z różnymi klientami i różnymi emocjami.

1. Diagnoza sytuacji
2. Postępowanie w wypadku agresji
3. Odpieranie zarzutów i zastrzeżeń klienta - postawa
4. Różni klienci - różne sposoby
5. Metody i modele odpierania zastrzeżeń
6. Standardy postępowania reklamacyjnego
 - Spotkanie osobiste
 - Reklamacja telefoniczna
 - Modele rozmowy reklamacyjnej:
 - Przygotowanie do spotkania z klientem
 - Model "POMOCNY"
7. Inne techniki stosowane w trudnych sytuacjach
8. Radzenie sobie ze stresem

MODUŁ VIII. ASERTYWNOŚĆ W RELACJACH BIZNESOWYCH

1. Po co handlowcom asertywność
2. Możliwości, konsekwencje i koszty postaw uległych, agresywnych i asertywnych w biznesie
3. Asertywna odmowa - jak mówić by nie psuć relacji z klientem
4. Asertywne kontraktowanie relacji biznesowych
5. Skuteczne techniki asertywne
6. Ustalanie standardu relacji handlowych
7. Sztuka egzekwowania własnych praw

MODUŁ IX. WALIDACJA

Metody pracy, które zastosujemy podczas szkolenia:

Zajęcia w dużej mierze odbywają się w formie warsztatu.

Najczęściej stosowane metody:

- Dyskusja facylitowana
- Mini wykład

- Informacja zwrotna od zespołu i trenera
- Ćwiczenia (indywidualne i grupowe)
- Case study
- Odgrywanie scenek

Proporcja zajęć praktycznych do teoretycznych to 60/40

Usługa jest prowadzona w trybie godzin dydaktycznych (45min). Przerwy nie wliczają się w czas trwania usługi.

Więcej informacji na temat szkolenia znajduje się pod poniższym linkiem:

<https://szkolenia.avenhansen.pl/szkolenia-otwarte/profesjonalna-obsluga-klienta-w-praktyce-budowanie-trwalych-i-partnerskich-relacji-z-klientem-2025-06-23-gdansk.html>

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 2

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 2 Profesjonalna obsługa klienta w praktyce. Budowanie trwałych i partnerskich relacji z klientem	Andrzej Zabawa	08-09-2025	10:00	17:00	07:00
2 z 2 Profesjonalna obsługa klienta w praktyce. Budowanie trwałych i partnerskich relacji z klientem	Andrzej Zabawa	09-09-2025	09:00	16:00	07:00

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	1 820,40 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	1 480,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	107,08 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Andrzej Zabawa

Trener, coach i konsultant. Nastawiony na efekt, praktyk z dużym doświadczeniem biznesowym w sprzedaży, zarządzaniu operacyjnym jak też rozwoju kompetencyjnym pracowników. Prowadzi szkolenia biznesowe oraz dla organizacji społecznych.

Przez okres mojej kariery zawodowej zajmowałem się wieloma obszarami biznesu. Tworzyłem od zera nowe przedsiębiorstwa, w tym pierwsze prywatne firmy dystrybucyjne i usługowe. Założyłem własną firmę, którą do dziś zarządzam i która nieźle radzi sobie na bardzo konkurencyjnym rynku. Przez dłuższy pracowałem w korporacji handlowej, gdzie zaczynałem od stanowiska doradcy klienta i przeszedłem wszystkie szczeble kariery do stanowiska w zarządzie firmy.

Z wykształcenia jestem weterynarzem i absolwentem kierunku filozofia i mediacje społeczne oraz pedagogika i terapia społeczna. Ukończyłem również studia podyplomowe dla trenerów grupowych, podyplomowe studia z zakresu coachingu oraz program Executive MBA w Instytucie Nauk Ekonomicznych PAN.

Od kilku lat moja aktywność skupia się głównie na pracy trenerskiej. Prowadzę szkolenia biznesowe jak też dla organizacji społecznych.

Od 2009 współpracuje z Instytutem Rozwoju Biznesu. Prowadził szkolenia m.in. dla PZU Życie, Bank Pocztowy, Makro, PZU SA, BZWBK, Poczta Polska, mBank, PKP Intercity, Natur House.

Główne kompetencje szkoleniowe związane są z obszarami obsługi klienta, sprzedaży i obsługi klienta przez telefon, organizacji i zarządzania w call center, komunikacji, zarządzania zespołem, coachingu, zarzą

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Autorskie materiały szkoleniowe (skrypt, ćwiczenia) oraz certyfikat ukończenia szkolenia (przy frekwencji min 80%).

Warunki uczestnictwa

Prosimy o wypełnienie formularza zgłoszeniowego na stronie „Baza Usług Rozwojowych” oraz AVENHANSEN

Informacje dodatkowe

W ramach szkolenia otwartego gwarantujemy Państwu:

- Miłą i fachową obsługę
- Profesjonalizm trenera
- Ciekawe materiały szkoleniowe
- Dyplomy ukończenia szkolenia

- Wsparcie poszkoleniowe Trenera (do miesiąca po zakończonym szkoleniu)
- Możliwość uzyskania pomocy od Trenerów poprzez profesjonalne forum szkoleniowe, stworzone specjalnie na tego rodzaju potrzeby.
- Możliwość wpływu na zakres i przebieg szkolenia akceptowalny przez wszystkich jego uczestników

Oferujemy również możliwość wymiany spostrzeżeń i wniosków z innymi uczestnikami szkolenia:

Zobacz forum: www.forum-szkolenia.pl

1 godz. szkoleniowa = 45 min.

- Przerwy nie są wliczone w czas trwania szkolenia

Adres

ul. Podwale Grodzkie 9

80-895 Gdańsk

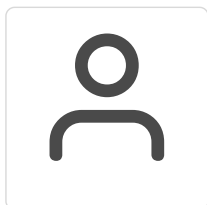
woj. pomorskie

Hotel**** SCANDIC

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



Katarzyna Szypowska

E-mail kszypowska@avenhansen.pl

Telefon (+48) 515 212 452