



Logo OŚRODEK
SZKOLEŃ I
INFORMACJI

"EFFECT" JOANNA
JAROSZ-OPOLKA

OŚRODEK SZKOLEŃ
I INFORMACJI

"EFFECT" JOANNA
JAROSZ-OPOLKA

★★★★☆ 4,4 / 5

533 oceny

KORESPONDENCJA REKLAMACYJNA Z KLIENTEM – DZWONEK ALARMOWY DLA FIRMY

Numer usługi 2025/07/30/7829/2911989

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

📄 Usługa szkoleniowa

🕒 6 h

📅 29.09.2025 do 29.09.2025

1 033,20 PLN brutto

840,00 PLN netto

172,20 PLN brutto/h

140,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria

Prawo i administracja / Prawo handlowe

Grupa docelowa usługi

Szkolenie adresujemy do:

- Pracowników Działów Reklamacji, Serwisu
- Pracowników Działów Obsługi Klienta, Help Desk
- Pracowników Działów Handlowych, do których przekazywane są informacje o problemach Klientów
- Pracowników Działów Kontroli Jakości
- Pracowników Działów Produkcji, Technologów, odpowiedzialnych za końcową jakość produktów oraz wszystkich osób zajmujących się problematyką reklamacji w przedsiębiorstwie

Minimalna liczba uczestników

10

Maksymalna liczba uczestników

16

Data zakończenia rekrutacji

26-09-2025

Forma prowadzenia usługi

zdalna w czasie rzeczywistym

Liczba godzin usługi

6

Podstawa uzyskania wpisu do BUR

Certyfikat systemu zarządzania jakością wg. ISO 9001:2015 (PN-EN ISO 9001:2015) - w zakresie usług szkoleniowych

Cel

Cel edukacyjny

Usługa przygotowuje do prowadzenia korespondencji reklamacyjnej

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik odpowiada na pisma reklamacyjne klientów	- używa języka faktów i danych - definiuje zasady stosowania argumentacji obiektywnej i subiektywnej - omawia zasady redagowania pism - wykorzystuje podstawy netykiety w korespondencji - stosuje perswazję w komunikacji pisemnej - panuje nad emocjami własnymi i klienta w pismach reklamacyjnych - omawia w jaki sposób informować o odrzuceniu reklamacji - omawia jak informować klienta o zakończeniu postępowania reklamacyjnego	Test teoretyczny

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

Usługa skierowana do osób zajmujących się problematyką reklamacji.

Usługa online w czasie rzeczywistym, realizowana w ramach 1 grupy szkoleniowej, bez podziału na grupy.

Uczestnik powinien posiadać komputer lub inne urządzenie z dostępem do internetu, wyposażony w kamerę, głośnik i mikrofon.

1 godzina szkolenia = 45 minut

Przerwy wliczają się w czas trwania usługi i trwają 15 min.

WALIDACJA - test teoretyczny przeprowadzony na zakończenie szkolenia

<https://effect.edu.pl/szkolenie-obsluga-klienta-reklamacje/szkolenie-korespondencja-reklamacyjna-2?date=79613>

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” (imiesłów 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 reklamację 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.
- Odnies 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.

Zasady profesjonalnego reagowania na negatywne opinie Klientów w przestrzeni internetowej (wizytówki Google, social media).

- Najczęstsze błędy w reagowaniu na negatywne opinie Klientów – przykłady z biznesu.
- 8 zasad profesjonalnego reagowania – dobre praktyki – przykłady z biznesu
- Wymiana doświadczeń i case study skargi konsumenckiej.

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: 8

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 8 Korespondencja reklamacyjna z Klientem – dzwonek alarmowy dla firmy-część I- wykład	Trener Effectu	29-09-2025	09:00	10:30	01:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
2 z 8 Korespondencja reklamacyjna z Klientem – dzwonek alarmowy dla firmy-przerwa	Trener Effectu	29-09-2025	10:30	10:45	00:15
3 z 8 Korespondencja reklamacyjna z Klientem – dzwonek alarmowy dla firmy-część II-wykład	Trener Effectu	29-09-2025	10:45	12:15	01:30
4 z 8 Korespondencja reklamacyjna z Klientem – dzwonek alarmowy dla firmy-przerwa	Trener Effectu	29-09-2025	12:15	12:30	00:15
5 z 8 Korespondencja reklamacyjna z Klientem – dzwonek alarmowy dla firmy-część III-wykład	Trener Effectu	29-09-2025	12:30	14:00	01:30
6 z 8 Korespondencja reklamacyjna z Klientem – dzwonek alarmowy dla firmy-przerwa	Trener Effectu	29-09-2025	14:00	14:15	00:15
7 z 8 Korespondencja reklamacyjna z Klientem – dzwonek alarmowy dla firmy-część IV-wykład	Trener Effectu	29-09-2025	14:15	14:45	00:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
8 z 8 Korespondencja reklamacyjna z Klientem – dzwonek alarmowy dla firmy- WALIDACJA-test	-	29-09-2025	14:45	15:00	00:15

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 Effectu

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 - Pliki dokumentów przygotowanych w formacie 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

Usługa online w czasie rzeczywistym na platformie ZOOM

Logowanie przez kliknięcie w link, który uczestnik otrzymuje drogą mailową, przed rozpoczęciem usługi (aktywny w godzinach 8.00-16.00 w dniu szkolenia)

Wymagania techniczne: komputer, laptop lub inne urządzenie z dostępem do internetu z prędkością łącza od 512 KB/sek., kamera, mikrofon-wbudowane lub wejście USB, słuchawki (opcjonalnie)

Wymagania sprzętowe - system operacyjny Windows 8/10/11, macOS, Linux, Chrome OS. Przeglądarka - Google Chrome, Mozilla Firefox, Safari, Edge lub Opera

- Proste, intuicyjne uruchamianie szkolenia na urządzeniach.
- Po rejestracji na szkolenie wszystkie kwestie techniczne będą Państwu przesłane drogą mailową.

Kontakt



Joanna Kuś

E-mail effect@effect.edu.pl

Telefon (+48) 662 297 689