



Centrum Innowacji
Prolearning MICHAŁ
KOŁODZIEJCZYK



Profesjonalna obsługa w call center

Numer usługi 2016/12/28/11943/30005

📍 Wrocław / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 0 h

📅 31.12.2016 do 31.12.2026

1 168,50 PLN brutto

950,00 PLN netto

0,00 PLN brutto/h

0,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Zdrowie i medycyna / Psychologia i rozwój osobisty
Minimalna liczba uczestników	1
Data zakończenia rekrutacji	30-12-2026
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	0

Cel

Cel edukacyjny

Celem szkolenia jest:

zwiększenie skuteczności w Obsłudze Klienta,
zwiększenie skuteczności komunikacji bezpośredniej i pośredniej z klientami i partnerami,
pogodzenie stanowczości i uprzejmości wobec Klienta,
samodzielne radzenie sobie w sytuacjach konfliktowych,
efektywne prowadzenie rozmów telefonicznych.

Kwalifikacje

Program

ISTOTA OBSŁUGI KLIENTA – WPROWADZENIE

- Poznanie podstawowych zasad obsługi klienta
- Właściwa i niewłaściwa obsługa klienta
- Jakość obsługi klienta a pozycja firmy na rynku
- Sposoby odkrywania i zaspokajania potrzeb klientów

NAWIĄZYWANIE KONTAKTU Z KLIENTEM

- Znaczenie pierwszego wrażenia
- Rola indywidualnego podejścia do klienta
- Strategie otwarcia rozmowy i przełamywanie lodów
- Nawiązywanie kontaktu i podtrzymywanie relacji
- Określenie i zrozumienie potrzeb klienta
- Uświadomienie klientowi zaangażowania i profesjonalizmu własnej organizacji

TYPY KLIENTA – SPOSÓB SKUTECZNEJ OBSŁUGI

- Rozpoznanie charakterystyki klienta
- Dopasowanie stylu do typu klienta
- Wpływ poprzez wartości klienta

ZASPOKAJANIE PSYCHOLOGICZNYCH POTRZEB KLIENTA

- Badanie potrzeb klienta
- Jak sprawić, aby klient poczuł się ważny?
- Jak wpływać na pozytywne emocje klienta?
- Budowanie lojalności i zadowolenia
- Opłacalność tworzenia dobrych relacji z klientem
- Metody rozpoznawania potrzeb klientów; wywieranie wpływu
- Określenie celów sprzedaży i metody prezentacji produktu

PODSTAWOWE REGUŁY PROFESJONALNEJ OBSŁUGI KLIENTA

- Diagnoza słabych i mocnych stron obsługi klienta w naszej firmie
- Elementy wzorcowej obsługi klienta
- Budowanie pozytywnych relacji jako klucz do sukcesu w obsłudze klienta
- Rola komunikacji werbalnej i niewerbalnej w kontakcie z klientem
- Aktywne słuchanie i skuteczne mówienie; dbanie o pozytywny klimat rozmowy

BUDOWANIE RELACJI Z KLIENTEM

- Jak budować relacje z klientem
- Otwarcie czyli początek budowy relacji z nowym klientem i otwarcie jako wzmocnienie relacji przy każdorazowym kontakcie
- Techniki okazywania zainteresowania
- Poczucie humoru i optymizm
- Techniki budowania zaufania
- Wzmacnianie satysfakcji Klienta z każdorazowego kontaktu
- Proces rozmowy z klientem
- Narzędzia utrwalania satysfakcji klienta i wzmacniania relacji

AKTYWNE SŁUCHANIE

- Poziomy jakości słuchania
- Selektywne słuchanie klienta
- Sztuka wychwytywania istotnych elementów

SPECYFIKA TELEFONICZNEJ OBSŁUGI KLIENTA

- Struktura rozmowy telefonicznej
- Słowa kluczowe
- Jak zbudować zaufanie na początku rozmowy?
- Budowanie atmosfery w rozmowie telefonicznej
- Ograniczenia telefonu i ich wpływ na postawę rozmówców

NARZĘDZIA BUDOWANIA DOBREGO KONTAKTU Z KLIENTEM

- Specyfika rozmowy telefonicznej
- Proces komunikacji
- Aktywne słuchanie
- Precyzja wypowiedzi
- Rola pytań w komunikacji
- Budowanie relacji

ZASADY PRACY Z TELEFONEM

- Stres „pierwszego telefonu”
- Kultura rozmowy telefonicznej
- Czas trwania rozmowy
- Planowanie rozmowy i formułowanie celu

CO I JAK MÓWIĆ?

- Parametry głosu a efektywność działania
- Diagnoza własnego głosu
- Trening głosu - jak podwyższyć jego wartość?
- Odpowiedni dobór słów i zwrotów
- Sposób budowy zadań
- Aktywne słuchanie
- Zadawanie pytań
- Pozyskanie informacji
- Potwierdzenie
- Budowanie odpowiedniego klimatu rozmowy

RODZAJE ROZMÓW TELEFONICZNYCH

- Rozmowy wychodzące i przychodzące
- Telefoniczne umawianie spotkania
- Potwierdzanie umówionego spotkania
- Prezentacja produktu
- Podtrzymywanie kontaktów z klientem
- Model rozmowy z „bramkarzem”
- Pierwsza rozmowa z decydemem

WARIANTOWY SCENARIUSZ ROZMOWY

- Trzy fazy rozmowy telefonicznej
- Jak budować skuteczne scenariusze?
- Jak je skutecznie używać?
- Kiedy warto improwizować?
- Prezentacja – stanowiska w danej sprawie

TECHNIKA PRACY PRZEZ TELEFON

- Fazy i cele rozmowy
- Nawiązanie kontaktu z rozmówcą
- Budowa kontaktu
- Osłabianie kontaktu
- Obiekcje i trudności w rozmowie
- Wysłuchaj
- Potwierdź zrozumienie
- Podaj rozwiązanie
- Środki oddziaływania

ZASTOSOWANIE TECHNIK WYWIERANIA WPLYWU

- Przygotowanie – zanim zadzwoni telefon
- Otwarcie – pierwszy kontakt z klientem
- Analiza potrzeb – kim jest klient, czego oczekuje?
- Prezentacja – dopasować styl do typu klienta
- Wyjaśnienie obiekcji – jak polubić i korzystać z obiekcji klienta?
- Zamknięcie – umiejętne prowokowanie decyzji
- Polecenia – budowa gotowości do polecenia nas innym
- Pielęgnacja kontaktu – klient na całe życie

WARSZTAT GŁOSU I WYMOWY

- Praca z dykcyonarem
- Modulacja brzmienia i siły głosu
- Warsztat tempa rozmowy

- Możliwość nagrania i analizy rozmów warsztatowych

OPEROWANIE KLIMATEM, NASTROJEM, EMOCJĄ

- Lista emocji
- Emocje główne i pomocnicze

STAŁA POPRAWA WŁASNEGO STYLU DZIAŁANIA

- Jak samemu doskonalić dalej swój warsztat pracy?
- Co zrobiłem najlepiej i co najbardziej warto poprawić?
- Szybkie wyciąganie wniosków
- Wygoda i skuteczność pracy

JAK SOBIE RADZIĆ Z TRUDNYMI KLIENTAMI?

- Przyczyny niezadowolenia klientów
- Reagowanie na emocje i zażalenia
- Profesjonalizm w radzeniu sobie z obiekcjami i sprzeciwem
- Radzenie sobie z manipulacją i krytyką
- Wyjaśnianie obiekcji klienta
- Umiejętność zachowania się w sytuacjach konfliktowych (w jaki sposób doprowadzić do eskalacji konfliktu z klientem? Jak wygasić emocje gdy już konflikt wybuchł/ jak i kiedy przyznać klientowi rację)

SKUTECZNE REAGOWANIE, ZAPOBIEGANIE POWSTAWANIU ORAZ ROZWIĄZYWANIE SYTUACJI KONFLIKTOWYCH

- Przyczyny powstawania konfliktów w kontakcie z klientem – koło i etapy problemów
- Przewidywanie i wczesne diagnozowanie potencjalnego konfliktu
- Przewartościowanie sytuacji konfliktowych/kryzysowych
- Rozróżnianie zarzutów rzeczywistych od pozornych
- Rozpoznawanie i radzenie sobie z manipulacjami klientów
- Postawy wobec sytuacji konfliktowych
- Efektywne zachowania w konfliktach
- Postawa asertywna w sytuacji konfliktu
- Zachowania asertywne jako techniki wywierania wpływu i obrony przed presją
- Rozpoznawanie emocji klienta i kontrolowanie emocji własnych
- Rodzaje asertywności (miękką, twardą, negocjacyjną)
- Kontrolowanie uczuć i emocji

STRATEGIA PODEJŚCIA DO KONFLIKTÓW

- Rywalizacja
- Dostosowanie, uleganie
- Unikanie
- Kompromis
- Współpraca
- Diagnoza naturalnego stylu podejścia do konfliktów

JAK ZACHOWAĆ POSTAWĘ ASERTYWNĄ W KONTAKCIE Z KLIENTEM?

- Asertywne odmawianie i prośenie
- Kiedy można, a kiedy nawet trzeba powiedzieć „Nie”?
- Kulturalne upominanie klienta
- Przekazywanie klientowi złych wiadomości
- Korzyści i ryzyko związane z przyjęciem postawy asertywnej, agresywnej lub uległej
- Zestawy technik postępowania w trudnych, konfliktowych sytuacjach

BUDOWA RELACJI Z KLIENTAMI O RÓŻNYCH TYPACH OSOBOWOŚCI

- Rozpoznawanie typów osobowościowych Klientów
- Świadomość przewagi i ograniczeń własnego typu osobowości w procesie obsługi Klienta
- Jak budować i utrzymywać relacje z klientami o różnych typach osobowości
- Analiza własnego stylu komunikacji i pracy na podstawie TESTU OSOBOWOŚCI TTI Ltd. INSIGHTS Analysen by SCHEELEN Institut für Managementberatung und Bildungsmarketing.

PROCEDURY I STANDARDY W ZAKRESIE OBSŁUGI KLIENTA – CLIENT CODE

- wypracowanie standardów profesjonalnej obsługi klienta- projekt

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 0

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
Brak wyników.					

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	1 168,50 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	950,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	0,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	0,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 0

Brak wyników.

Informacje dodatkowe

Informacje dodatkowe

Klientów indywidualnych prosimy o kontakt z Centrum Innowacji ProLearning, w celu uzyskania bieżącego harmonogramu szkolenia. Istnieje możliwość dostosowania się pod preferencje terminowe Klienta.

Adres

Wagonowa 2C/2

Wrocław

woj. dolnośląskie

Kontakt



Magdalena Płachytka

E-mail marketing@prolearning.pl

Telefon +48 508 913 532