

ASERTYWNOŚĆ W OBSŁUDZE KLIENTA

CZAS TRWANIA SZKOLENIA – 2 dni (16 godzin szkoleniowych, 1 godzina szkoleniowa = 45 minut)

CELE SZKOLENIA

Celem szkolenia jest zapoznanie uczestników z zasadami zachowań asertywnych w relacji z Klientem, szczególnie w sytuacjach wymagających skutecznego działania. Dzięki warsztatom usprawniona zostanie relacja z Klientami, stanie się ona bardziej asertywna, a tym samym bardziej skuteczna. Uczestnicy lepiej będą radzić sobie z prowadzeniem rozmów określanych jako „trudne”, a także sprawniej będą kontrolować emocje związane z pracą. Po szkoleniu uczestnicy będą potrafili odróżnić zachowania asertywne od agresywnych bądź uległych. Znacznie polepszy się umiejętność budowania pozytywnych relacji z Klientem. Będzie one oparte na zaufaniu i profesjonalizmie. Uczestnicy szkolenia będą w stanie określić osobowość Klienta oraz dostosować odpowiedni rodzaj rozmowy dla osiągnięcia sukcesu własnego oraz instytucji.

METODOLOGIA SZKOLENIA

Szkolenie dzieli się na część wykładową (30 proc. czasu zajęć) i praktyczną (70 proc. czasu).

W trakcie krótkich wykładów uczestnicy przyswajają podstawową wiedzę na temat zarządzania relacjami z klientami. Towarzyszące wykładom ćwiczenia (oraz ich późniejsza publiczna analiza) pozwalają szkolenym ocenić siebie w relacji z klientem, zidentyfikować swoje mocne i słabe strony oraz dowiedzieć się, w jaki sposób rozwijać swe umiejętności w przyszłości. Szkolenie uzupełnia trening technik radzenia sobie z trudnym klientem, elementy treningu asertywności. Podczas części praktycznej wykorzystane zostaną następujące metody: ćwiczenia w parach, gry oraz symulacje, burze mózgów oraz studia przypadków.

PROGRAM SZKOLENIA

ASERTYWNOŚĆ – DEFINICJA, ZŁOŻONOŚĆ POJĘCIA

- Jak skutecznie dbać o własne i szanować cudze prawa
- Dlaczego warto być asertywnym?
- Odróżnienie zachowań asertywnych od uległych i agresywnych.

ASERTYWNOŚĆ A MYŚLENIE O SOBIE

- Praca nad poczuciem własnej wartości: indywidualny SWOT- (ćwiczenie indywidualne)
- Asertywna autoprezentacja (rejestracja własnej autoprezentacji oraz jej analiza)
- Wizerunek zewnętrzny pracownika jako wizytówka firmy
- Wizerunek zewnętrzny i wewnętrzny firmy, elementem wpływającym na jakość obsługi Klienta
- Wpływ pierwszego wrażenia pracownika na relację z Klientem
- Komunikacja werbalna i niewerbalna w kontakcie z Klientem

ZASPOKAJANIE PSYCHOLOGICZNYCH POTRZEB

- Badanie potrzeb klienta
- Jak sprawić aby klient poczuł się ważny
- Jak wpływać na pozytywne emocje klienta
- Budowanie lojalności i zadowolenia
- Optymalność tworzenia dobrych relacji z klientem

RADZENIE SOBIE Z KLIENTEM O RÓŻNYCH TYPACH OSOBOWOŚCI

(odgrywanie scenek w parach, studium przypadku, dyskusja moderowana)

- Rozpoznawanie typów osobowościowych Klientów
- Świadomość przewagi ograniczeń własnego typu osobowości
- Motywowanie i dobór reakcji czterostrefowy model zachowań
- Samopostreganie i ocena innych w zależności od typu osobowości

- Cele, diagnoza, dostrojenie do rozmówcy, wpływ, nastawienia
- Efektywne wywieranie wpływu na osoby o różnych typach osobowości
- Osobowość pracownika w kontakcie z Klientem

JAK SOBIE RADZIĆ Z TRUDNYM KLIENTEM

(dyskusja moderowana, studium przypadku, ćwiczenia, gry, symulacje)

- 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

JAK ZACHOWAĆ POSTAWĘ ASERTYWNĄ W KONTAKCIE Z KLIENTEM

(dyskusja moderowana, odgrywanie ról, studia przypadku)

- Asertywne odmawianie i proszenie
- 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

KOMUNIKACJA NIEWERBALNA W ZACHOWANIACH ASERTYWNYCH – ANALIZA GESTÓW

SKUTECZNE REAGOWANIE, ZAPOBIEGANIE POWSTAWANIU ORAZ ROZWIĄZYWANIE SYTUACJI KONFLIKTOWYCH

(odgrywanie ról, studia przypadku, ćwiczenia grupowe)

- Przyczyny powstawania konfliktów
- Przewidywanie i wczesne diagnozowanie potencjalnego konfliktu
- Przewartościowanie sytuacji konfliktowych
- 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 własnych emocji
- Rodzaje asertywności
- Kontrolowanie uczuć i emocji