



PROFESJONALNY SERWIS WIZYTÓWKĄ FIRMY

Zapraszamy na warsztaty budowania przewagi konkurencyjnej Firmy w oparciu o profesjonalny serwis.

Dlaczego warto wziąć w nim udział:

- dowiesz się, jak dostosować się do perspektywy klienta, jak zachowywać się w sytuacjach niestandardowych,
- przećwiczysz umiejętności i zachowania służące budowaniu dobrych relacji z klientem,
- dowiesz się, jak wielkie jest znaczenie własnego nastawienia w dobrej obsłudze,
- poznasz metody budowania wartości dodanej podczas wizyty serwisowej.

PROFESJONALNY SERWIS WIZYTÓWKĄ FIRMY

Program szkolenia

Zakres realizowanej tematyki

<p>1. Rozpoczęcie</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wprowadzenie • Oczekiwania uczestników • Zmiana paradygmatu postrzegania własnej roli 	<ul style="list-style-type: none"> ➔ Dostosowanie się do perspektywy Klienta ➔ Poszukiwanie zawsze optymalnego rozwiązania ➔ Umiejętność zachowywania się w sytuacji niestandardowej ➔ Empatyczne wczuwanie się w „poetykę Klienta”
<p>2. Ty też jesteś Klientem. Ćwiczenie</p> <ul style="list-style-type: none"> • Czego oczekuję od osoby, która mnie obsługuje? • Jakie zachowania obsługi zniechęcają mnie do zakupu? 	<ul style="list-style-type: none"> ➔ Zaspokajanie różnych potrzeb Klienta <ul style="list-style-type: none"> - Proceduralne (tempo, sprawność, zrozumiałość) - Psychologiczne (szacunek, uznanie, akceptacja) - Rzeczowe (informacja, załatwienie sprawy, usługi dobrej jakości) ➔ Omówienie, kim jest Klient?
<p>3. „Piekło – Niebo naszej pracy”. Ćwiczenie</p> <ul style="list-style-type: none"> • 2 grupy opisują dwa warianty kontaktów z Klientami – koszmarne i idealne • Wspólne podsumowanie 	<ul style="list-style-type: none"> ➔ Jakie zachowania tworzą koszmarne sytuacje w pracy z Klientem? ➔ Co tworzy dobry klimat współpracy? ➔ Jaki mam wpływ na piekło i niebo jako pracownik firmy?
<p>4. Koło umiejętności. Ćwiczenie</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cel: wychwycenie umiejętności i zachowań, które wymagają poprawy. • Po tym ćwiczeniu powrócimy do celów szkolenia i przypomnimy sobie, kim jest KLIENT. 	<ul style="list-style-type: none"> ➔ Przedstawiamy listę umiejętności i zachowań służących budowaniu dobrych relacji z Klientem. Każdy uczestnik zastanawia się, które ma i w jakim stopniu są opanowane. ➔ Eliminowanie wątków piekielnych, podkreślanie niebiańskich
<p>5. Jakie wartości są ważne dla organizacji nowoczesnej i nastawionej na Klientów. Ćwiczenie</p> <ul style="list-style-type: none"> • Uczestnicy sami wypracowują na flipach w 3 grupach zestawienie najważniejszych cech takiej organizacji. • Odwołanie się do roli uczestników jako Serwisantów • Nowoczesne rozumienie jakości w różnych kategoriach. 	<ul style="list-style-type: none"> ➔ Moderacja w kierunku: <ul style="list-style-type: none"> - Zorientowania na przyszłość i ciągły rozwój - Tworząca wartość dodaną - Wszyscy pracownicy zaangażowani w budowanie sukcesu firmy - Doceniająca wszystkich pracowników - Otwarta i oparta na zaufaniu - Odważna ➔ Liczymy, że pojawi się wśród różnych odpowiedzi dobra komunikacja i zapewnianie jakości ➔ Omówienie trenerskie <ul style="list-style-type: none"> - empatii, - profesjonalizmu i rzetelności, - umiejętności obsługi Klienta ➔ Komunikatywności
<p>6. Znaczenie własnego nastawienia w dobrej obsłudze</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prezentacja wyników badań o czynnikach sukcesu • Prezentacja filmu 	<ul style="list-style-type: none"> ➔ Omówienie z odwołaniem się do 4 wartości prezentowanych w filmie

<p>7. Jakie powinny być kolejne etapy budowania dobrych wartościowych relacji z Klientem.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dyskusja na forum. 	<ul style="list-style-type: none"> → Uzmysłowanie wagi poszczególnych etapów → Test – mój styl współpracy z Klientem → Znaczenie wyglądu i pierwszego wrażenia → Znaczenie empatii i rozumienia oczekiwań Klientów
<p>8. Nastawienie na współpracę.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ćwiczenie w grupach „Autonomizacja” 	<ul style="list-style-type: none"> → Znaczenie nastawienia na współpracę. → Pokazanie uczestnikom, że trzeba być partnerskim, że trzeba być OK w kontakcie z Klientem.
<p>9. Proces budowania zasad współpracy z Klientami.</p> <p>Ćwiczenie</p> <ul style="list-style-type: none"> • Praca w grupach. Uczestnicy mają zaproponować konkretne działania ze swojej strony, które pomogą im w łatwiejszym budowaniu relacji partnerskich na kolejnych, wcześniej zaprezentowanych etapach. 	<ul style="list-style-type: none"> → Efekt pierwszego wrażenia <ul style="list-style-type: none"> - na co zwracać uwagę - zasady autoprezentacji - jak wyrzeć dobre pierwsze wrażenie → Struktura rozmowy w serwisie → Otwarcie → Badanie potrzeb → Reakcja → Zamknięcie rozmowy
<p>10. Wzbogacona komunikacja w procesie obsługi Klienta</p> <p>Wykład wprowadzający – myślenie za pomocą języka – połączony z praktycznymi przykładami i analizą przypadków.</p>	<ul style="list-style-type: none"> → Zagadnienia związane z autoprezentacją – jak sterować wrażeniem? → Idealne porozumienie jak osiągnąć stan RAPPORTU (dopasowanie, odzwierciedlenie, synchronizacja)? <p>Celem tego bloku jest zapoznanie z mową ciała oraz odpowiedniego doboru słów, aby treść przekazywana była zrozumiana przez Klienta.</p>
<p>11. Błędy w komunikacji jako źródło konfliktów. Trudne sytuacje w relacjach z Klientami</p> <ul style="list-style-type: none"> • „Ja” i moje zachowania jako źródło konfliktów • „Budowniczości Nowego Posągu ZIN”. Ćwiczenie w podziale na 2 lub 3 grupy • Autodiagnoza – Styl radzenia sobie z konfliktem • Opis osoby potrafiącej się doskonale komunikować niezależnie od warunków zewnętrznych. Najważniejsze umiejętności takiej osoby 	<ul style="list-style-type: none"> → Uświadomienie sobie błędów najczęściej popełnianych. → Przyczyny powstawania konfliktu → Jak radzić sobie z konfliktami → W omówieniu znaczenie warunków, w jakich prowadzą rozmowy i wpływ tych warunków na powstawanie konfliktu.
<p>12. Podstawowe zasady prowadzenie rozmów w procesie obsługi Klienta</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aktywne kierowanie rozmową. • Schematy prowadzenia rozmów z różnymi klientami. • Blokady, bariery, filtry informacyjne – przyczyny i metody eliminacji • Autodiagnoza własnego wzorca komunikacji interpersonalnej. 	<ul style="list-style-type: none"> → Prezentacja różnych technik komunikacyjnych przydatnych podczas rozmów z Klientami. → Celem tego bloku jest zapoznanie z mową ciała oraz odpowiedniego doboru słów, aby treść przekazywana była zrozumiana przez klienta. → Techniki aktywnego słuchania w procesie sprzedaży → Techniki aktywnego słuchania aktywizujące i klasyfikujące

<p>13. Specyfika komunikacji w trakcie świadczenia usług serwisowych</p> <ul style="list-style-type: none"> • Interesy firmy i poszczególnych osób biorących udział w procesie. • Grupa decyzyjna – jak skutecznie komunikować. Metody dotarcia i otwarcia poszczególnych odbiorców • Komunikaty skierowane bezpośrednio do osób decyzyjnych, • Rozpoznawanie sygnałów istnienia różnych potrzeb 	<ul style="list-style-type: none"> ➔ Dopasowanie komunikatów do odpowiednich osób ➔ Rozróżnianie rezultatów i wygranych ➔ Jak skutecznie zapewnić swojej ofercie sukces. Wypracowanie narzędzi komunikacyjnych. ➔ Jak wykorzystać narzędzia komunikacyjne wspierające budowanie wrażenia profesjonalisty ➔ Diagnoza potrzeb/potencjału za pomocą pytań otwartych ➔ Umiejętność parafrazowania na interesach, a nie stanowisku klienta ➔ Jak nie wchodzić poza własne możliwości decyzyjne i kompetencje
<p>14. Jak budować wartość dodaną podczas wizyty serwisowej</p> <ul style="list-style-type: none"> • Umiejętność tworzenia wartości dodanej wynikających z odpowiedniej obsługi serwisowej • Jak skutecznie uświadomić Klienta, że takie wsparcie jest dla nich korzystne i że zapewni większą efektywność ich działania 	<ul style="list-style-type: none"> ➔ Wyrażenia kolczaste, zwroty negatywne, czarne słowa, zwroty wyrażające brak przekonania, zaufania – czego unikać w rozmowie z Klientem? ➔ Zasady udzielania i odbierania informacji zwrotnych ➔ Sprzyjanie zaangażowaniu rozmówcy – „aktywne słuchanie” ➔ Jak uzyskać więcej informacji?: sztuka doprecyzowania ➔ Praktyczne zastosowanie empatii w aktywnym słuchaniu
<p>15. Zakończenie szkolenia</p> <ul style="list-style-type: none"> • Podsumowanie szkolenia • Rundka informacji zwrotnej • Zadanie wdrożeniowe 	<ul style="list-style-type: none"> ➔ Podsumowanie szkolenia

Metody pracy: Interaktywny miniwykład, aktywizujące metody warsztatowe uzupełniane niezbędnymi komentarzami – symulacje, scenki, praca indywidualna i grupowa oraz studia przypadków.

Zajęcia poprowadzi



Paweł Kacprzak

Trener, konsultant, z 25-letnim doświadczeniem zawodowym. Specjalizuje się w realizacji projektów rozwojowych dla kadry zarządzającej, handlowców, pracowników administracji samorządowej. Doświadczenia trenerskie i doradcze zdobywał w realizacji projektów dla czołowych firm sektora budowlanego, produkcyjnego, bankowego, informatycznego, FMCG, farmaceutycznego i innych.

Zakres realizowanych szkoleń: Prowadzi szkolenia m.in. z zakresu: negocjacji, technik sprzedaży i obsługi klienta, komunikacji interpersonalnej, umiejętności osobistych, i wielu innych.

Doświadczenie zawodowe: zrealizował przeszło 4000 szkoleń podczas których zostało przeszkolonych ponad 45000 pracowników, menadżerów, właścicieli różnych firm i instytucji. W roku 2009 otrzymał tytuł wzorowego Trenera Warszawskiego Instytutu Bankowości, podczas szkoleń realizowanych w roku 2012 w ramach projektu EFS dla Mazowieckiego Centrum Szkoleń (realizacja 32 szkoleń) – średnia ocena 4,95 w skali 5 punktowej. Realizacja kilkuset sesji coachingowych i mentoringowych dla menadżerów z kilkudziesięciu firm.

Warunki finansowo-organizacyjne

Temat	Profesjonalny serwis wizytówką firmy
Miejsce	Wrocław , WenderEDU Business Center, ul. Św. Józefa 1/3
Termin	12-13 maja 2022 r Zajęcia w godzinach 09:00–16:00
Finanse	Koszt uczestnictwa jednej osoby w zajęciach: 1190 zł netto. Do powyższej ceny należy doliczyć 23 % VAT. Cena zawiera: <ul style="list-style-type: none"> • 16 godzin dydaktycznych warsztatów, • materiały szkoleniowe i pomocnicze, • serwis kawowy oraz lunch, • zaświadczenia o przebytych szkoleniu dla każdego uczestnika.
Informacja dodatkowa	Koszt noclegu w WenderEDU Business Center w pok. 1-os. ze śniadaniem wynosi 155 zł brutto .
Płatność	Bank Ochrony Środowiska S.A. O/Wrocław 89 1540 1030 2001 7753 1706 0002 z podaniem tematu szkolenia i daty realizacji.
Zgłoszenia	Zgłoszenia przyjmujemy e-mailem, lub telefonicznie: Vademecum – Konferencje i Szkolenia Sp. z o.o. Aleja Piastów 11, 52-424 Wrocław tel./fax: (071) 341 85 10, e-mail: vade@vade.com.pl Pisemne potwierdzenie realizacji szkolenia prześlemy e-mailem do Działu Szkoleń 7 dni przed datą rozpoczęcia zajęć.

Vademecum Sp. z o.o., Aleja Piastów 11, 52-424 Wrocław, tel./fax: 71 341 85 10,
e-mail: vade@vade.com.pl

ZGŁOSZENIE na szkolenie – Profesjonalny serwis wizytówką firmy

W terminie (zaznacz właściwy):

12-13 maja 2022 r., Wrocław

ZGŁASZAJĄCY

Pełna nazwa firmy

.....

Dokładny adres

.....

tel.: (0) fax:

e-mail: NIP:

Imię i nazwisko osoby zgłaszanej na szkolenie – stanowisko

1. –

2. –

Data zgłoszenia

Pieczęć i podpis osoby upoważnionej

Możliwość rezygnacji: rezerwację miejsca w grupie szkoleniowej można odwołać nie później niż 6 dni przedterminem rozpoczęcia zajęć. Późniejsza rezygnacja nie zwalnia z uiszczenia zapłaty w wysokości 50% ceny szkolenia.

Vademecum Sp. z o.o. zastrzega sobie prawo odwołania szkolenia lub zmiany jego terminu w terminie do 6 dni kalendarzowych przed datą realizacji. Vademecum Sp. z o.o. nie ponosi żadnej odpowiedzialności finansowej lub prawnej za powstałe po stronie uczestnika koszty poniesione przed otrzymaniem **Pisemnego potwierdzenia realizacji szkolenia.**

Administratorem Państwa danych jest Vademecum – Konferencje i Szkolenia Sp. z o.o. (Vademecum), z siedzibą we Wrocławiu, przy ul. Aleja Piastów 11 lok. 2.

Państwa dane osobowe przetwarzane są w celu: realizacji usług w zakresie organizacji szkoleń / konferencji / eventów; przekazywania informacji handlowych w zakresie działalności Spółki Vademecum; obsługi księgowej (np. wystawianie faktur za usługi, itd.); dochodzenia roszczeń z tytułu prowadzonej działalności gospodarczej; obsługi reklamacji, prowadzenia analiz statystycznych; przechowywania dla celów archiwalnych. **Podstawą przetwarzania Państwa danych osobowych** jest umowa świadczenia usług szkoleniowych, jak również może być dobrowolnie wyrażona zgoda w celu i zakresie wskazanym

w jej treści, którą można cofnąć w każdym czasie. Wyrażenie zgody jest dobrowolne, jednakże brak zgody uniemożliwi Spółce Vademecum przedstawienie Państwu informacji dotyczących oferty naszych produktów lub usług. **Dane osobowe mogą być przekazywane** głównie trenerom współpracującym z Vademecum sp. z o.o., podmiotom zewnętrznym dostarczającym i wspierającym systemy teleinformatyczne Spółki, dostawcom usług prawnych, doradczych, audytowych, hotelarskich czy rachunkowych. Podmioty te będą przetwarzać Państwa dane jedynie na zlecenie, na podstawie niezbędnych umów powierzenia przetwarzania danych oraz przy zapewnieniu przez te podmioty odpowiednich środków w celu ochrony danych. Spółka Vademecum nie przekazuje Państwa danych poza Unię Europejską.

Jako Administrator danych osobowych, Vademecum – Konferencje i Szkolenia Sp. z o.o. zapewnia prawo do: żądania od Administratora dostępu do swoich danych osobowych, ich sprostowania, usunięcia lub ograniczenia przetwarzania danych osobowych; wniesienia sprzeciwu wobec takiego przetwarzania; przenoszenia danych; wniesienia skargi do organu nadzorczego (tj. Prezesa Urzędu Ochrony Danych Osobowych); cofnięcia zgody na przetwarzanie danych osobowych.

W przypadku, gdy uczestnik szkolenia nie jest jednocześnie osobą wypełniającą formularz zgłoszeniowy, podmiot zgłaszający jest zobowiązany w imieniu Spółki Vademecum do spełnienia wobec uczestnika obowiązku informacyjnego, tj. do przekazania uczestnikowi informacji wynikających z art. 14 RODO.

We wszelkich sprawach związanych z przetwarzaniem danych osobowych, prosimy kontaktować się na adres: vade@vade.com.pl