

ПРИНЦИПЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С КЛИЕНТАМИ

Цель: сформировать у участников понимание своей роли в деятельности компании и ответственности за качество коммуникации с клиентами

Для кого: для сотрудников клиентских отделов

Продолжительность: 16 часов (2 дня по 8 часов)

Роль и деятельность клиентского менеджера	<ul style="list-style-type: none"> • В чем смысл обслуживания клиента • Роль клиентского подразделения и каждого менеджера в коммуникации с клиентом и получении прибыли компании • Составляющие деятельности клиентского менеджера, должностные функции
Клиентоориентированный сервис	<ul style="list-style-type: none"> • Что такое первоклассный клиентский сервис. Важность высокого сервиса для клиента, сотрудника, компании. Каков сервис в нашей компании • Анализ причин возникновения некачественного сервиса • Ролевая модель во взаимодействии с клиентом. Что такое партнерские отношения или отношения на равных
Взаимодействие с клиентом	<ul style="list-style-type: none"> • Каналы коммуникации с клиентом: телефон, электронная почта, встречи • Оптимальное использование этих каналов • Развитие отношений с клиентом: периодичность коммуникации • Принципы взаимодействия с клиентом
Коммуникация с клиентом по электронной почте и телефону	<ul style="list-style-type: none"> • Правила деловой переписки с клиентом • 5 золотых принципов телефонной коммуникации с клиентом и основные правила действия в часто встречающихся ситуациях • Коммуникация с клиентом по теме «плохих новостей»: неисполненное обязательство, ошибка компании, изменение условий сотрудничества
Работа с рекламациями	<ul style="list-style-type: none"> • Определение понятия жалоба/претензия/рекламация и ее значение для сотрудника и компании • Причины жалоб и негативных эмоций клиента • Алгоритм работы с рекламацией. Сохранение или восстановление отношений с клиентом

Результат:

- ✓ У участников сформирован осознанный подход к взаимодействию с клиентами: понимание составляющих деятельности и своей роли в компании
- ✓ Участники понимают важность высокого сервиса для клиента, себя, компании. Осознают, что такое партнерские отношения с клиентом, знают, как их выстраивать
- ✓ Участники знают целесообразную периодичность коммуникации с клиентом и желаемый формат взаимодействия
- ✓ Участники владеют принципами и правилами коммуникации с клиентом по телефону и электронной почте
- ✓ Участники умеют улаживать сложные конфликтные ситуации и работать с рекламациями

*Программа тренинга носит предварительный характер и будет скорректирована с учётом пожеланий заказчика.