

КАРТА ТРЕНИНГОВ ПО КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОМУ СЕРВИСУ

PUZZLE Group

всё сложится!

СОДЕРЖАНИЕ

Клиентоориентированный сервис: кого, чему и зачем обучать	3
Качественное взаимодействие с VIP-клиентами	4
WOW-сервис из самого сердца	5
Мой клиент и я - лучшие друзья	6
Сервис который влюбляет	7
Стандарты качественного сервиса	8
Принципы взаимодействия с клиентами	10
Наши направления тренингов	11
О команде PUZZLE Group	12
Контакты	13



КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННЫЙ СЕРВИС



В современных рыночных условиях одним из главных конкурентных преимуществ, позволяющих компаниям удерживать и повышать свои позиции на рынке, является клиентский сервис.

Поэтому во многих компаниях введен свой стандарт обслуживания, учитывающий интересы как потребителя, так и бизнеса. Но реализация стандарта далеко не всегда приносит свои плоды. Механический подход в сервисе считается клиентом как «скрипт», да и самим сотрудникам не приносит удовольствия.

Поэтому настоящий клиентоориентированный сервис, «сервис от души» глубже, он лежит в основе понимания психологии человека, его потребностей и ожиданий.

Ведь, **Впечатление = Факт – (минус) Ожидания**

Тренинги по сервису помогают персоналу стать клиентоориентированными профессионалами своего дела.

Кого учим

Сотрудники, взаимодействующие с клиентами напрямую, по телефону или посредством переписки, их руководители. Все сотрудники, оказывающие услуги внутренним клиентам.

Чему учим

Тренинг направлен на развитие профессиональных навыков обслуживания внутренних и внешних клиентов, освоение фирменных стандартов обслуживания, развитие свободного владения навыками управления сложными ситуациями, повышение эффективности и результативности сотрудников.

Результат

В процессе тренинга участники узнают, какие факторы влияют на восприятие клиентами сервиса компании, освоят стандарты безупречного клиентоориентированного сервиса, а также правила работы с VIP-клиентами. Научатся создавать такой уровень комфорта, при котором клиент будет возвращаться в компанию снова и снова. Освоят приемы и методы поведения при возникновении конфликтных и сложных ситуаций.

КАЧЕСТВЕННОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С VIP-КЛИЕНТАМИ

Цель: увеличить уровень лояльности VIP-клиентов за счет повышения сервиса клиентской работы

Для кого: для менеджеров по работе с VIP-клиентами

Продолжительность: 16 часов (2 дня по 8 часов)

Позиционирование себя и компании в работе с клиентами	<ul style="list-style-type: none"> • Инновационный подход к общению с клиентами. VIP-клиент: кто он и чего хочет • Жизненная стратегия сотрудника, ее проявление в работе • Работа с собственными негативными убеждениями и установками • Трансактный анализ Эрика Берна: модель Родитель-Взрослый-Дитя • Новая идентификация себя и компании • Роль и позиционирование менеджера компании
Первоклассный сервис	<ul style="list-style-type: none"> • 3 уровня удовлетворенности клиента и их последствия для компании • Ожидания и реальность • Сервис экстра-класса: стандарты качества обслуживания VIP-клиента • Принцип Я-причина: реактивность и проактивность в работе с VIP-клиентами • Правило вежливого отказа клиенту в случае невозможности удовлетворить просьбу
Модель индивидуальных различий DISC	<ul style="list-style-type: none"> • Модель индивидуальных различий DISC • 4 поведенческих профиля VIP-клиентов в соответствии с моделью • Особенности восприятия информации и ожидания от компании VIP-клиентов разных типов • Правила и рекомендации по взаимодействию с клиентами каждого типа
Работа с клиентами в ситуации конфликта	<ul style="list-style-type: none"> • Понятие и структура конфликта. Анатомия послания: модель 4-х ушей Шульца-фон-Туна • Феноменология конфликта: структура, причины, закономерности • Предупреждение конфликта. Конфликтогены, провоцирующие клиента на агрессию: вербальные, паравербальные, невербальные • Алгоритм и техники взаимодействия с VIP-клиентом в ситуации конфликта

Результат:

- ✓ Участники понимают собственную ценность и ценность компании в работе с VIP-клиентами
- ✓ Участники владеют стандартами качества при оказании услуг экстра-уровня
- ✓ Участники знают типологию DISC, умеют определять тип клиента, подбирать релевантные действия под тип клиента
- ✓ Участники знают анатомию конфликта, владеют техниками управления конфликтом

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

WOW-СЕРВИС ИЗ САМОГО СЕРДЦА

Цели:

- Сформировать и развить в сотрудниках ценность клиентоориентированного подхода, закрепить (разработать) стандарты качества при взаимодействии с Клиентом
- Отработать инструменты, повышающие качество коммуникации с Клиентом в типовых и конфликтных ситуациях

Для кого: для сотрудников различных подразделений, взаимодействующих с Клиентами и осуществляющих коммуникацию с ними в различных аспектах

Продолжительность: 16 часов (2 дня по 8 часов)

Клиентоориентированность в системе ценностей организации	<ul style="list-style-type: none"> • Клиентоориентированность как преимущество Компании • Клиентоориентированность как ценность Компании и сотрудника • Значение Клиента в контексте работы организации
Единые стандарты качества обслуживания Клиентов	<ul style="list-style-type: none"> • Уровни качества обслуживания Клиента • 3 уровня удовлетворённости Клиента и их последствия для Компании • Ожидание и реальность: стандарты качества обслуживания Клиента
«Золотые правила» обслуживания Клиентов	<ul style="list-style-type: none"> • Что такое сервис экстра-класса • Составляющие сервиса экстра-класса • Основные принципы работы с Клиентами • Принцип Я-причина: реактивность и проактивность при взаимодействии с Клиентом
Методы «ориентации в Клиенте»: техники активного слушания	<ul style="list-style-type: none"> • Барьеры восприятия и способы эффективного донесения информации • Приемы активного слушания, технология ПАУК • Помехи и барьеры восприятия информации • Модель «4х ушей» • Структура сообщения при коммуникации • Технологии вовлечения в диалог собеседника
Принципы работы с рекламациями и конфликтными Клиентами	<ul style="list-style-type: none"> • Жалоба Клиента, как возможность стать лучше • Конфликтный клиент – кто он? И что он хочет на самом деле? • Принципы работы с конфликтными ситуациями и недовольством клиента • Умение входить в ресурсное состояние перед коммуникацией и сохранять его в ходе всего общения
Технологии вежливого отказа	<ul style="list-style-type: none"> • Ассертивный отказ, методика, ошибки • Ассертивная просьба, методика, ошибки • Принципы выражения чувств

Результат:

- ✓ Участники на уровне ценности осознают важность клиентоориентированного подхода к взаимодействию с Клиентами
- ✓ Участники выработали и усвоили единые стандарты качества работы с клиентами
- ✓ Участники понимают основы эффективной коммуникации, осознают причинно-следственные связи возникновения коммуникационных барьеров. Умеют разделять компоненты общения на рациональные и эмоциональные
- ✓ Участники освоили приемы активного слушания при коммуникации, познакомились с помехами и барьерами в коммуникациях. Умеют раскладывать входящее и исходящее сообщение на «4 уха».
- ✓ Участники изучили и отработали приёмы работы с рекламацией и конфликтным клиентом
- ✓ Участники познакомились с техниками уверенного поведения при отказе

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

МОЙ КЛИЕНТ И Я = ЛУЧШИЕ ДРУЗЬЯ

Цель: помочь участникам находить правильный подход к различным типам клиентов, выстраивая эффективную и результативную коммуникацию с учётом клиентоориентированного подхода

Для кого: для всех сотрудников, в чей функционал входит коммуникация с клиентами по различным вопросам

Продолжительность: 16 часов (2 дня по 8 часов)

Клиентоориентированный сервис: дань моде или необходимость «оставаться на плаву»	<ul style="list-style-type: none"> • Понятие клиентоориентированности и клиентоцентричности • Анализ кейсов клиентоориентированности – лучшие и худшие практики • «Бонусы клиентоориентированности» для Компании, Клиента и Сотрудника • Стандарты клиентоориентированности нашей Компании
Типология клиентов по поведению: Доминантный-Замкнутый-Социальный	<ul style="list-style-type: none"> • Цветовые типы клиентов на основе концепции «Доминантный-Замкнутый- Социальный» • Поведенческие проявления каждого из 3-х типов и способы их определения • Потребности, которые удовлетворяет в коммуникации Доминантный, Замкнутый и Социальный • Что хочет Клиент: рекомендации к эффективному взаимодействию с каждым из типов • Самоидентификация по данной типологии
Основы эффективной коммуникации	<ul style="list-style-type: none"> • Модель коммуникации (петля) • Каналы передачи информации и барьеры восприятия • Способы минимизации барьеров восприятия • Конфликтогены при взаимодействии с Клиентом и способы их нейтрализации • Приёмы активного слушания: парафраз, техника «да и»
Структура эффективной коммуникации	<ul style="list-style-type: none"> • Стадии общения: Контакт - Ориентация в ситуации- Поиск решения-Принятие решения • Инструменты, повышающие эффективность коммуникации на каждой стадии общения
Управление впечатлением клиента	<ul style="list-style-type: none"> • Управление впечатлением Клиента - что это? • Факторы формирования впечатления Клиента • Составляющие качественного сервиса, обеспечивающего правильные впечатления клиента • Формула удовлетворённости Клиента • Инструменты формирования положительных впечатлений клиентов на ежедневной основе

Результат:

- ✓ Участники осознают важность клиентоориентированного подхода в своей работе
- ✓ Участники изучили лучшие практики клиентоориентированности компании и выработали / закрепили единые стандарты сервиса
- ✓ Участники ориентируются в типологии клиентов и могут подобрать наиболее подходящий стиль общения с собеседником
- ✓ Участники понимают препятствия, возникающие в коммуникации, и способны уменьшать их воздействие
- ✓ Участники овладели приёмами эффективной коммуникации на каждом этапе общения
- ✓ Участники понимают, как взаимодействовать с клиентом в случае отказа

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

СЕРВИС, КОТОРЫЙ ВЛЮБЛЯЕТ (ценностный подход в клиентском обслуживании)

Цель:

- Научить участников взаимодействовать с клиентами на основе ценностного подхода
- Способствовать повышению уровня проактивности сотрудников
- Помочь сформировать «правильные» установки о работе компании, предоставляемым услугам и «положительному образу клиента»

Для кого: для клиентских менеджеров, сотрудников отдела продаж и сервисных служб

Продолжительность: 16 часов (2 дня по 8 часов)

«Моя Компания – счастье для клиента»:

Работа с установками участников в отношении Компании/ услуги

- Формирование привлекательного образа Компании и услуг
- Создание «списка выгод клиента» от использования услуг Компании
- Составление «Матрицы услуг» в опоре на Характеристику-Преимущества – Выгоды
- Знакомство с методом аргументации «Тезисы-аргументы-факты» и применение его в работе с установками

«Моя Компания начинается с меня»: Работа с установками участников в отношении себя

- Реактивность и проактивность – влияние подходов на качество жизни
- Моя жизненная стратегия: её проявление в работе
- Почему формируются негативные установки?
- Использование техники «Рефрейминг» для работы с негативными установками участников, направленными на себя, как на специалистов компании

«Мой Клиент – особенный»:

Выявление установок участников по отношению к клиентам

- Работа по выявлению установок участников в отношении клиентов
- Стратегии поведения по Томасу
- Реализация принципа Win-Win

«Круг удовольствий от продаж/ обслуживания»

- Что получает Клиент от общения с нами?
- Индивидуальный стиль менеджера – мои сильные стороны в продажах/ обслуживании
- Пирамида Р. Дилтса в формировании ценностного образа сотрудника

Интеграция ценностей

- Прояснение ценностей сторон: «Менеджеры»-«Компания»-«Клиенты»
- Проработка ожиданий и обязательств по отношению к каждой из сторон
- Выявление точек пересечения в ожиданиях и обязательствах
- «Расшифровка ценностей» на уровне поведения

Результат:

- ✓ Выявление ключевых ценностей компании и осознание их на уровне действий
- ✓ Проработка негативных установок сотрудников в контексте клиентской работы
- ✓ Знакомство с техниками работы с убеждениями и использование их для повышения личной и профессиональной эффективности
- ✓ Развитие проактивного подхода сотрудников к работе с клиентами
- ✓ Повышение лояльности сотрудников к работе с клиентов
- ✓ Усиление приверженности сотрудников к Компании

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

СТАНДАРТЫ КАЧЕСТВЕННОГО СЕРВИСА

Тренинг направлен на осознание важности предоставления качественного сервиса и его влияние на лояльность клиентов. Программа представляет собой теоретическую и практическую части, основываясь на международных стандартах обслуживания.

Цели: Определить основные критерии качественного сервиса, которые в большей степени влияют на формирование лояльных клиентов. Разобрать действующую систему сервиса через призму прибыли компании. Разработать стандарты сервисного обслуживания в конкретной сфере.

Продолжительность: 16 часов (2 дня по 8 часов)

Понятие сервиса	<ul style="list-style-type: none"> • Стратегии работы в конкурентной среде • Понятие лояльности. Типы лояльности и методы ее измерения • Концепция удовлетворенности клиентов • Сервис, как конкурентное преимущество
Уровни сервисного обслуживания	<ul style="list-style-type: none"> • Формула сервиса. • Критерии качественного сервиса • Расчет влияния качественного сервиса на прибыль • Уровни сервисного обслуживания исходя из ожиданий клиентов • Международные стандарты обслуживания на примере компаний «Coca-cola», «The Walt Disney Company», «Omni Hotels»
Инструменты повышения качества сервиса	<ul style="list-style-type: none"> • Влияние технологий на уровень сервиса. Всегда ли это хорошо? • Систематизация каких процессов положительно сказывается на лояльности клиентов • Структурная модель CSI • Как сделать сервис преимуществом перед конкурентами
Работа с претензиями	<ul style="list-style-type: none"> • Анализ: потери компании из-за неудовлетворенного клиента • Мелочи, которые стоят денег и клиентов • Работа с жалобами клиентов • Правило работы с претензиями
Управление эмоциями клиента	<ul style="list-style-type: none"> • Уровни агрессии клиента • Типы «сложных» клиентов • Противостояние манипуляциям и давлению • Регуляция эмоционального состояния
Конфликтные ситуации в работе	<ul style="list-style-type: none"> • Рабочие конфликты (причины и стадии) • Классификация конфликтных ситуаций • Две стороны конфликта • Стратегии поведения в конфликтных ситуациях
Стратегия внедрения сервиса	<ul style="list-style-type: none"> • Этапы внедрения клиентоориентированного сервиса • Модель внедрения клиенториентированного сервиса • Работа с регламентами на этапе внедрения сервиса • Как донести до персонала, что сервис является конкурентным преимуществом

Результат:

- ✓ Участники смогли оцифровать влияние качественного сервиса на финансовые показатели компании
- ✓ Участники понимают основные критерии из которых складывается качественный сервис
- ✓ Разобрали существующие уровни сервиса и смогли определить на каком уровне находится в данный момент компания
- ✓ Определили основные критерии сервиса, которые положительно и отрицательно воспринимаются клиентами
- ✓ Разобрали основные причины возникновения претензий и алгоритм работы с ними
- ✓ Изучили стратегию взаимодействия со сложными клиентами
- ✓ Составили идеальную модель клиентоориентированного сервиса и наметили пути его внедрения

В первую очередь, данный тренинг направлен на осознание участниками важности предоставления первоклассного сервиса и его влияние на финансовую прибыль компании. Во время тренинга участники смогут оценить действующие стандарты сервиса и определить сильные и слабые стороны. Как правило, в ходе упражнений, участники генерируют новые стандарты, модели, изменения, которые в дальнейшем перерастают в глобальный проект по улучшению предоставляемого сервиса.

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

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.

НАШИ НАПРАВЛЕНИЯ ТРЕНИНГОВ

УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ НАВЫКИ

ЛИДЕРСТВО

УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ

РАЗВИТИЕ ТОП-МЕНЕДЖМЕНТА

РАЗВИТИЕ ТРЕНЕРОВ И HR-СПЕЦИАЛИСТОВ

ПЕРСОНАЛЬНАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ

ПРЕЗЕНТАЦИИ И ПУБЛИЧНЫЕ ВЫСТУПЛЕНИЯ

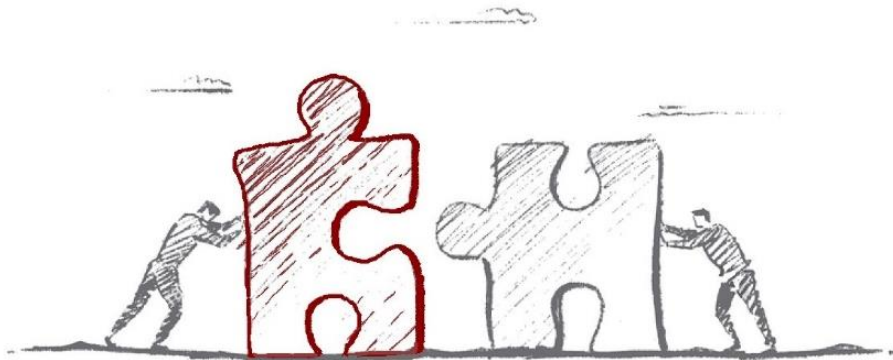
ДЕЛОВАЯ КОММУНИКАЦИЯ

ПРОДАЖИ И ПЕРЕГОВОРЫ

КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННЫЙ СЕРВИС

ТЕЛЕФОННОЕ ОБЩЕНИЕ

AGILE



О КОММАНДЕ PUZZLE GROUP

Пазл – это картина из деталей, собранных в правильном порядке. Детали похожи по форме, но разные по содержанию. Каждый элемент имеет свое место и смысл.

Мы ищем недостающие детали, подходя к выполнению поставленной клиентом задачи, чтобы в итоге получить идеальный результат.

01

Погружаемся в бизнес заказчика

Мы внимательно изучаем текущую ситуацию партнера, узнаем, с какими сложностями сталкиваются участники тренинга, тонкости, специфику бизнеса и типичные кейсы заказчика.

02

Работаем на результат

При разработке программы обучения мы исходим из стоимостного мышления. Это значит, что каждая минута работает на цель заказчика. Наши программы всегда наполнены эффективными проверенными инструментами и технологиями.

03

Обучаем профессионально и с душой

Мы подбираем тренера под аудиторию, специфику бизнеса и пожелания заказчика. Наши опытные тренеры проводят вовлекающее обучение, где практическая отработка занимает не менее 70% времени.

04

Оформляем качественные материалы

Мы создаем современные слайды и стильные раздаточные материалы, которые способствуют усвоению информации. Все материалы оформляются так, чтобы ими было удобно и приятно пользоваться.

05

Реализуем программы полного цикла

Мы проводим предтренинговую диагностику, выстраиваем целостную программу обучения, организуем посттренинговую поддержку и межмодульную практику для гарантированного изменения поведения участников.

КОНТАКТЫ

115035, г. Москва,
Садовническая ул. д.54, стр.2, 4 этаж

8 (495) 011-03-43

info@pz-tr.ru

www.pzgroup.ru



ВСЁ СЛОЖИТСЯ