



Szczegółowy opis szkolenia:



TRUDNY KLIENT

Dokument przygotowany przez:

Marcelina Szydłowska

marcelina.szydłowska@intellect-group.pl

tel.: 530 414 080

Dokument przygotowany dla:

Klientów Intellect

w dniu 15 maja 2023

ważny do czasu następnej aktualizacji

Spis treści

- 03** – Idea szkolenia
- 04** – Dla kogo to szkolenie?
- 05** – Korzyści dla firmy
- 06** – Korzyści dla pracownika
- 07** – Metodologia
- 08** – Program szkolenia
- 10** – Trenerzy
- 11** – Kontakt

Idea szkolenia

Czyli nasze podejście do komunikacji interpersonalnej



Trudni klienci są dla wielu firm wyzwaniem, jednak warto pamiętać, że właśnie oni mogą przynieść największe korzyści. Dlaczego? Bo ich wymagania skłaniają do ciągłego doskonalenia produktów i usług, co prowadzi do podniesienia jakości oferowanych rozwiązań. Ponadto, trudni klienci często są lojalni, gdyż doceniają starania firmy i jej zdolność do radzenia sobie z wyzwaniami.

Dlatego warto inwestować w zadowolenie nawet najbardziej wymagających klientów, bo to właśnie oni mogą przyczynić się do dalszego rozwoju i sukcesu firmy.

Dla kogo to szkolenie?

Szkolenie radzenia sobie z trudnymi klientami może być szczególnie przydatne dla pracowników działów obsługi klienta, sprzedaży, marketingu i zarządzania. Jednakże, w każdej firmie wszyscy pracownicy, niezależnie od stanowiska, powinni być świadomi i umieć radzić sobie z trudnymi klientami, ponieważ każdy kontakt z klientem jest szansą na budowanie relacji i wzmacnianie reputacji firmy. W ten sposób, szkolenie z radzenia sobie z trudnymi klientami może przynieść korzyści dla całej organizacji.



SPRZEDAWCÓW



PRACOWNIKÓW
OBSŁUGI KLIENTA



MENADŻERÓW



TELEMARKETERÓW

Korzyści dla firmy



Polepszenie jakości relacji z klientem

Z doświadczenia wiemy, że nie warto wycofywać się z kontaktu z klientem, nawet jeśli na samym początku nie było nam po drodze



Wyższa jakość obsługi klienta

Osiągana poprzez umiejętność zachowania profesjonalizmu nawet w trudnych sytuacjach



Wzrost zysków

Poprzez nawiązanie relacji z klientem i osiągnięcie efektu biznesowego.



Lepsze zrozumienie potrzeb klientów

Poznanie perspektywy klienta, dopasowanie sposobu komunikacji do jego typu osobowości



Lepsze zrozumienie oczekiwań klientów

Co przekłada się na większą sprzedaż - wiedząc, czego klient oczekuje, rozumiejąc go, możecie zaproponować mu odpowiedni produkt i zaprezentować go w skuteczny sposób.

Korzyści dla pracowników



Ograniczenie stresujących sytuacji

Poprzez poznanie możliwości wychodzenia z niekomfortowych sytuacji i konstruktywnego radzenia sobie sprawi, że coraz mniej sytuacji będzie w stanie wyprowadzić Was z równowagi



Wzmocnienie pewności siebie

Poprzez zrozumienie własnych reakcji, jak również umiejętnego wykorzystywania swoich kompetencji



Większe poczucie bezpieczeństwa

Jeśli komunikacja "szwankuje", to za każdym razem, można się zastanawiać "czy ta osoba dobrze mnie zrozumiała i czy w związku z tym jej działania będą prawidłowe?" - jeśli masz poczucie, że dobrze się rozumiecie, to nie odczuwasz niepokoju w związku z ewentualnym nieporozumieniem.



Lepsze wyniki w pracy

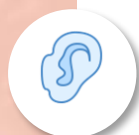
Osiągane poprzez wykorzystanie efektywnych technik komunikacji

Metodologia



METODOLOGIA DISC

Metoda, która określa 4 główne typy osobowości wśród ludzi, z ang. 4 style: Dominant (Dominujący), Influencing (Wpływowy), Steady (Stąły), Compliance (Sumienny). Analiza ta nie ma jednak na celu oceniania człowieka. Zgłębia samoświadomość i daje możliwość przyjrzenia się swoim dobrym i słabszym stronom.



EMPATYCZNE SŁUCHANIE

Zwiększa jakość w komunikacji międzyludzkiej. Odnosi się do zrozumienia drugiej strony. To jedna z kluczowych umiejętności społecznych, nie tylko w życiu zawodowym.



JĘZYK KORZYŚCI

Metoda ucząca prezentować treści sprzedażowe dla klienta, tak aby uwypuklić w nich korzyści płynące z zakupu. Skupia się na potrzebach pożądanego odbiorcy i daje uczucie spersonalizowanej ścieżki sprzedażowej



STORYTELLING

Czyli nawijanie makaronów na uszy. Jak opowiadać o swoim produkcie aby było to ciekawe i interesujące? Będziemy ćwiczyć i eksperymentować z opowieściami.



JĘZYK KORZYŚCI

Metoda ucząca prezentować treści sprzedażowe dla klienta, tak aby uwypuklić w nich korzyści płynące z zakupu. Skupia się na potrzebach pożądanego odbiorcy i daje uczucie spersonalizowanej ścieżki sprzedażowej



STYL PARTNERSKI

Oprócz sprzedaży, ma na celu dać klientowi poczucie zadowolenia i bezpieczeństwa. Metoda rozwija umiejętności w komunikacji biznesowej, uczy słuchać i reagować na słowa rozmówcy.



NVC

Metodyka, która zakłada, że każdy z nas wszystko co robi, robi po to aby zaspokoić swoje potrzeby. Jest to metoda, która opisuje sposób komunikacji międzyludzkiej opierającej się na tym, aby mówić tzn. "językiem serca".

Na szkoleniu często korzystamy z powyższych, a także wielu innych metod

Program szkolenia (1/2)

Moduł 1

Trudny klient oraz stresujące sytuacje – wprowadzenie

- ✓ Czym jest stres i jego anatomia
- ✓ Emocje w biznesie,
- ✓ Analiza przyczyny sporów oraz konfliktów
- ✓ Presja czasu oraz obowiązków

Przykładowe metody:



Styl partnerski



Język korzyści



Mini wykład

Przykładowe ćwiczenia:



Twój własny CRM

Moduł 2

Indywidualne reakcje na trudne sytuacje i konflikty

- ✓ Określenie trudności związanych z komunikacją z klientami oraz współpracownikami
- ✓ Praca z Kolorystycznymi Typami Osobowości – rozpoznanie swojego stylu komunikacji oraz stylów klientów – z kim pracuje mi się najtrudniej, a z kim najłatwiej
- ✓ Praca oraz sposoby na stresujące sytuację

Przykładowe metody:



Styl partnerski



NVC



Typologia Hogana

Przykładowe ćwiczenia:



Pierwsze strony gazet



Zaplanuj to

Program szkolenia (2/2)

Moduł 3

Relacja jako klucz

- ✓ Reguła win-win, dlaczego buduje długotrwałe relacje i kiedy daje zyski
- ✓ Negocjacje biznesowe – nauka argumentacji i analizy potrzeb klientów
- ✓ Asertywność w biznesie jako jasne określenie swoich możliwości dla klienta
- ✓ Wykrywanie manipulacji w stosunku do nas i firmy

Przykładowe metody:



Styl partnerski



Język korzyści



Mini wykład

Przykładowe ćwiczenia:



Twój własny CRM

Moduł 4

Komunikacja w trudnych sytuacjach i efektywne rozwiązywanie konfliktów

- ✓ Konflikt jako szansa na rozwój
- ✓ Stworzenie strategii na przyszłość usprawniające komunikację z klientami
- ✓ Pozytywny feedback – jak dawać dobry feedback oraz jak pytać klientów

Przykładowe metody:



Styl partnerski



NVC



Typologia Hogana

Przykładowe ćwiczenia:



Pierwsze strony gazet



Zaplanuj to

Moduł 5

Techniki zwiększające skuteczność komunikacji

- ✓ Technika parafrazy
- ✓ Technika Demaskacji Aluzji
- ✓ Technika zdartej płyty
- ✓ Zasada złotych pytań
- ✓ Technika Mydlenia Oczu

Trenerzy

Sylwetki osób, które mogą poprowadzić dla Was szkolenie z Komunikacji interpersonalnej.



Agnieszka Bilka

Ukończyła studia z Psychologii w Biznesie, Zarządzania Zasobami Ludzkimi oraz Coachingu. Od początku życia zawodowego ma pośredni lub bezpośredni kontakt z klientem. 10-letnie doświadczenie w sprzedaży

W branży szkoleniowej jest od 2015 roku. Wielozadaniowa i zorganizowana. Gwarantuje, że na szkoleniach zarazi uczestników motywacją do działań.

W Intellect prowadzi szkolenia m.in. z komunikacji interpersonalnej, różnych form sprzedaży, czy organizacji pracy.



Alicja Kubacka

Uwielbia dzielić się swoją wiedzą i przekazywać ją w interesujący i prosty sposób. Sprzedażą zajmuje się już ponad 20 lat. Pracowała w wielkich korporacjach oraz z małych rodzinnych firmach. Sprzedaż bezpośrednia i telefoniczna nie ma dla niej tajemnic.

Interesuje się rozwojem człowieka, reakcjami chemicznymi, jogą, medytacją, buddyzmem, ale też motoryzacją.

W Intellect prowadzi szkolenia m.in. z komunikacji interpersonalnej, typologii osobowości, czy sprzedaży.

Kontakt

Skontaktuj się ze mną, a ustalimy szczegóły naszej współpracy



Marcelina Szydłowska
Koordynator szkoleń



530 414 080



marcelina.szydłowska@intellect-group.pl



www.intellect-group.pl