

ABC obsługi firmy- klienta biura rachunkowego.

Informacje o usłudze

Czy usługa może być dofinansowana?	Tak
Sposób dofinansowania	<ul style="list-style-type: none">wsparcie dla przedsiębiorców i ich pracowników
Rodzaj usługi	Usługa szkoleniowa
Podrodzaj usługi	Usługa szkoleniowa
Dostępność usługi	Otwarta

Numer usługi	2018/03/02/12600/140187		
Cena netto	2 000,00 zł	Cena brutto	2 000,00 zł
Cena netto za godzinę	125,00 zł	Cena brutto za godzinę	125,00
Usługa z możliwością dofinansowania	Tak		
Liczba godzin usługi	16		
Termin rozpoczęcia usługi	2018-03-23	Termin zakończenia usługi	2018-03-24
Termin rozpoczęcia rekrutacji	2018-03-02	Termin zakończenia rekrutacji	2018-03-23
Maksymalna liczba uczestników	10		
Kategoria główna KU	Marketing		
Kategorie dodatkowe KU	Umiejętności osobiste		
Podstawa uzyskania wpisu w zakresie świadczenia usług współfinansowanych	Certyfikaty: Znak Jakości TGLS Quality Alliance		
Czy usługa pozwala na zdobycie kwalifikacji lub części kwalifikacji zarejestrowanych w ZRK?	Nie		
Czy usługa pozwala na uzyskanie kwalifikacji innych niż kwalifikacje zarejestrowane w ZRK?	Nie		

Czy usługa prowadzi do nabycia kompetencji?

Tak

Informacje o podmiocie świadczącym usługę

Nazwa podmiotu		GRUPA TIPMEDIA Sp. z o.o.	
Osoba do kontaktu	Olga Łuczkiwicz	Telefon	533401192
E-mail	szkolenia@tipmedia.pl		

Cel usługi

Cel edukacyjny

Cel edukacyjny: Uczestnik zdobędzie wiedzę na temat: -Związku jakości obsługi klienta z pozycją firmy na rynku -Roli i znaczenia odkrywania, zaspokajania i przekraczania oczekiwań klientów - Sposobów odkrywania i zaspokajania potrzeb klientów Firmy -Roli nastawienia w relacji z klientem - Zachowań pożądanych i niedozwolonych w kontaktach z klientem -Drzewa umiejętności profesjonalnego handlowca -Sylwetek psychologicznych i typologii klientów -Trudnych klientów - Stylów zachowań klientów -Procesów decyzyjnych klientów – roli wartości, potrzeb i dążeń - Sposobów postępowania z różnymi klientami -Kolejnych faz kontaktu z klientem i kompetencji niezbędnych w poszczególnych fazach -Trudnych sytuacji w relacjach z klientami: ich genezy i sposobów radzenia sobie w nich -Asertywności i ograniczania skutków stresu -Technik identyfikowania i rozwiązywania problemów zgłaszanych przez klientów. Uczestnik zdobędzie umiejętności: -rozpoznawania i reagowania na potrzeby klientów - budowania pozytywnych relacji w kontaktach z klientami -bycia elastycznym w kontaktach handlowych -Rozpoznawania typów i sposobów zachowania klientów, dobierać do nich odpowiednie strategie działania -Trafnego postrzegania i oceniania innych -Nawiązywania i utrzymywania kontaktu z klientami -Identyfikowania typu, sytuacji i dążeń klienta -Skutecznego reagowania na obiekcje i prezentowania rozwiązań - Diagnozowania zarzutów i odróżniania zarzutów pozornych od rzeczywistych -Rozpoznawania i radzenia sobie z manipulacjami -Bycia asertywnym -Rozwiązywania problemów w relacjach z klientem Po szkoleniu uczestnik: -Będzie lepiej radził sobie w kontaktach zawodowych -Będzie mógł samodzielnie rozwijać nabytą wiedzę i umiejętności

Szczegółowe informacje o usłudze

Ramowy program usługi

Program szkolenia - dzień 1

08:00 - 08:30

Rozpoczęcie szkolenia, autoprezentacja uczestników, omówienie programu szkolenia

08:30 - 12:00

Najważniejsze reguły i zasady profesjonalnej obsługi klienta

- Jakość obsługi klienta a pozycja Firmy na rynku

- Rola i znaczenie odkrywania, zaspokajania i przekraczania oczekiwań klientów
- Sposoby odkrywania i zaspokajania potrzeb klientów Firmy

12:00 - 14:00

Budowanie pozytywnych relacji w kontakcie z klientem

- Nastawienie – fundament pozytywnych relacji
- Co pożądanego, a co niedozwolone w kontaktach z klientami?
- Elastyczność w kontaktach z klientami
- Drzewo umiejętności – graficzne przedstawienie zestawu umiejętności niezbędnych dla profesjonalnego handlowca

14:00 - 16:00

Psychologia obsługi klienta

- Rozpoznawanie psychologicznej sylwetki klienta
- Typologia „trudnych klientów”
- „Osobowościowa geneza” trudnego klienta
- Style zachowań klientów
- Procesy decyzyjne klientów – rola wartości, potrzeb i dążeń
- Sposoby postępowania z różnymi klientami

Program szkolenia - dzień 2

08:00 - 08:30

Rozpoczęcie szkolenia, omówienie wniosków z 1 dnia szkoleniowego

08:30 - 11:30

Podstawy prawidłowych relacji interpersonalnych w kontakcie z klientem

- Trafne spostrzeganie i ocena innych
- Fazy kontaktu z klientem i niezbędne kompetencje w poszczególnych fazach
 - Nawiązywanie kontaktu (subiektywizm oceniania innych, dostrajanie, kontrola komunikacji niewerbalnej, budowanie relacji)
 - Identyfikacja typu, sytuacji i dążeń klienta (techniki zadawania pytań, trafna ocena innych, kontrola komunikacji werbalnej, aktywne słuchanie, przeciwdziałanie błędom w komunikacji)
 - Prezentacja rozwiązania (mocna prezentacja, budowanie argumentacji handlowej i cenowej, przekonywanie)
 - Reakcja na obiekcje (kontrola emocji, kontrola komunikacji niewerbalnej, asertywne komunikowanie się, techniki wywierania wpływu, negocjacje cenowe)
 - Zamknięcie kontaktu (techniki „zamknięcia”, reakcja na manipulację, budowanie relacji, techniki wywierania wpływu)

11:30 - 14:30

Trudne sytuacje w kontaktach z klientami

- Diagnoza zarzutów klienta
- Trudna sytuacja jako statystycznie nieuchronny element pracy
- Geneza sytuacji trudnych
- Rozróżnianie zarzutów rzeczywistych od pozornych
- Uprzedzanie i rozwiązywanie obiekcji i zastrzeżeń klienta
- Rozpoznawanie i radzenie sobie z manipulacjami klientów
- Pomyślnie rozwiązania sytuacji trudnych

- Narzędzia asertywności i ograniczania skutków stresu
-

14:30 - 16:00

Etapy rozwiązywania zastrzeżeń zgłaszanych przez klientów

- Identyfikacja problemu klienta
 - Ustalanie celu działania
 - Techniki i narzędzia służące do poszukiwania rozwiązań
 - Wdrożenie rozwiązań
-

Efekty usługi (produkty), efekty uczenia się/kształcenia

Uczestnik zdobędzie wiedzę na temat:

- Związku jakości obsługi klienta z pozycją firmy na rynku
- Roli i znaczenia odkrywania, zaspokajania i przekraczania oczekiwań klientów
- Sposobów odkrywania i zaspokajania potrzeb klientów Firmy
- Roli nastawienia w relacji z klientem
- Zachowań pożądanych i niedozwolonych w kontaktach z klientem
- Drzewa umiejętności profesjonalnego handlowca
- Sylwetek psychologicznych i typologii klientów
- Trudnych klientów
- Stylów zachowań klientów
- Procesów decyzyjnych klientów – roli wartości, potrzeb i dążeń
- Sposobów postępowania z różnymi klientami
- Kolejnych faz kontaktu z klientem i kompetencji niezbędnych w poszczególnych fazach
- Trudnych sytuacji w relacjach z klientami: ich genezy i sposobów radzenia sobie w nich
- Asertywności i ograniczania skutków stresu
- Technik identyfikowania i rozwiązywania problemów zgłaszanych przez klientów.

Uczestnik zdobędzie umiejętności:

- rozpoznawania i reagowania na potrzeby klientów
- budowania pozytywnych relacji w kontaktach z klientami
- bycia elastycznym w kontaktach handlowych
- Rozpoznawania typów i sposobów zachowania klientów, dobierać do nich odpowiednie strategie działania
- Trafnego postrzegania i oceniania innych

- Nawiązywania i utrzymywania kontaktu z klientami
- Identyfikowania typu, sytuacji i dążeń klienta
- Skutecznego reagowania na obiekcje i prezentowania rozwiązań
- Diagnozowania zarzutów i odróżniania zarzutów pozornych od rzeczywistych
- Rozpoznawania i radzenia sobie z manipulacjami
- Bycia asertywnym
- Rozwiązywania problemów w relacjach z klientem

Po szkoleniu uczestnik:

- Będzie lepiej radził sobie w kontaktach zawodowych
- Będzie mógł samodzielnie rozwijać nabytą wiedzę i umiejętności

Grupa docelowa

Pracownicy biur rachunkowych, księgowości.

Opis warunków uczestnictwa

Warunkiem uczestnictwa w usłudze jest poprawny zapis przedsiębiorcy oraz pracowników na usługę poprzez system Bazy Usług Rozwojowych.

Informacje dodatkowe

W przypadku braku możliwości prowadzenia szkolenia przez wskazaną osobę szkolenie może zostać poprowadzone przez innego trenera z kadry: Piotr Marek - Ekspert w zakresie realizacji strategii reklamowych, zarządzania marką oraz zarządzania przedsiębiorstwami. Prowadzi szkolenia związane z obecnością marek w mediach oraz rozwijaniem umiejętności managerskich, kompetencji zarządczych. Praktyk z zakresu zarządzania mediami lokalnymi. Wszyscy prowadzący posiadają doświadczenie, wiedzę i kwalifikacje niezbędne do poprowadzenia szkolenia.

Harmonogram

LP	Przedmiot / Temat zajęć	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1	Rozpoczęcie szkolenia, autoprezentacja uczestników, omówienie programu szkolenia	2018-03-23	08:00	08:30	0:30
2	Najważniejsze reguły i zasady profesjonalnej obsługi klienta	2018-03-23	08:30	12:00	3:30

LP	Przedmiot / Temat zajęć	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
3	Budowanie pozytywnych relacji w kontakcie z klientem	2018-03-23	12:00	14:00	2:00
4	Psychologia obsługi klienta	2018-03-23	14:00	16:00	2:00
5	Rozpoczęcie szkolenia, omówienie wniosków z 1 dnia szkoleniowego	2018-03-24	08:00	08:30	0:30
6	Podstawy prawidłowych relacji interpersonalnych w kontakcie z klientem	2018-03-24	08:30	11:30	3:00
7	Trudne sytuacje w kontaktach z klientami	2018-03-24	11:30	14:30	3:00
8	Etapy rozwiązywania zastrzeżeń zgłaszanych przez klientów	2018-03-24	14:30	16:00	1:30

Osoby prowadzące usługę

Imię i nazwisko	Janusz Pietruszyński
Obszar specjalizacji	Ekspert w zakresie strategii reklamowej i zarządzania marką. Od wielu lat przygotowuje autorskie szkolenia i warsztaty strategiczne dla biznesu. Zajmuje się szeroko pojętą komunikacją marketingową oraz PR. Specjalizuje się w wykorzystywaniu potencjału social mediów, zwłaszcza Facebooka, do zwiększania sprzedaży w firmie. Kreował wizerunek wielu firm, organizacji i osób prywatnych (polityków). Podpisuje się pod zdaniem Alberta Einsteina "wyobraźnia jest ważniejsza od wiedzy, ponieważ wiedza jest ograniczona". Do każdego problemu podchodzi z zaangażowaniem, optymizmem i kreatywnością, szukając niebanalnych rozwiązań, które są istotne z punktu widzenia projektowania przekazów reklamowych i koncepcji tożsamości marki.
Doświadczenie zawodowe	Kilkunastoletnie doświadczenie w branży sprzedaży i marketingu. Obecnie pełni funkcje Interim Managera.

Doświadczenie w świadczeniu tego typu usług	Bogate doświadczenie w prowadzeniu szkoleń z zakresu sprzedaży i marketingu. Wybrane szkolenia: „Facebook jako narzędzie pracy w redakcji i biurze reklamy”, „Nowoczesne biuro reklamy w telewizji lokalnej”, „Profesjonalne biuro reklamy w lokalnej gazecie oraz serwisie internetowym”, „Marka, marketing, sprzedaż w wydawnictwie regionalnym”.
Wykształcenie	Ukończone studia magisterskie na kierunku Dziennikarstwo i Komunikacja Społeczna na Uniwersytecie Warszawskim

Lokalizacja usługi

Adres: Bohdana Dobrzańskiego 1 20-262 Lublin, woj. lubelskie Szczegóły miejsca realizacji usługi: Sala I.7	Warunki logistyczne:
---	----------------------