

Szkolenie:

Obsługa kłopotliwych klientów i radzenie sobie w trudnych sytuacjach

Organizator: MKG Consulting

Opracowanie i realizacja programu szkoleniowego:

Monika Klimontowicz

Czas trwania:

1 dzień szkoleniowy (8 godz.)

Metodologia:

Warsztat podczas, którego zostaną zastosowane metody podające (dyskusja i wykład interaktywny, przykłady z praktyki) oraz metody praktyczne (ćwiczenia indywidualne i grupowe).

Uczestnicy:

Wszyscy pracownicy, którzy w ramach wykonywania swoich obowiązków mają kontakt z Klientem, a w szczególności pracownicy działów sprzedaży i obsługi klienta.

Cele szkolenia:

Uczestnicy warsztatów rozwiną kompetencje w zakresie radzenia sobie z kłopotliwymi klientami oraz w innych, trudnych sytuacjach biznesowych. Stworzą charakterystykę kłopotliwego klienta i nauczą się, jak spełniać jego oczekiwania. Poznają techniki komunikacyjne oraz radzenia sobie z emocjami. Wypracują własny zestaw dobrych praktyk / standardów „obsługi kłopotliwego klienta”.

Efekty szkolenia:

Po szkoleniu uczestnicy będą:

- Wiedzieli, czym charakteryzuje się kłopotliwy klient
- Potrafili dostosować swój styl komunikacji do oczekiwań kłopotliwego klienta
- Mieli świadomość różnic między procesem innowacyjnym a kreatywnym
- Posiadać umiejętność właściwego wyrażania próśb i propozycji a także odmawiania kłopotliwemu klientowi
- Radzić sobie z negatywnymi emocjami w sytuacjach trudnych
- Posiadać zestaw osobistych standardów / dobrych praktyk w zakresie radzenia sobie z kłopotliwymi klientami i w sytuacjach trudnych

Program szkolenia:

- Kim jest kłopotliwy Klient?
- Style komunikacji - podstawowe źródło problemów w obsłudze klienta
- Sposoby dopasowania swojej komunikacji do stylu rozmówcy
- Właściwe wyrażanie próśb, propozycji i odmowy w kontakcie z trudnym Klientem
- Sprawdzone techniki radzenia sobie w sytuacji konfliktowej lub trudnej
- Radzenie sobie z emocjami własnymi – skuteczne techniki antystresowe
- Kontakt z trudnym klientem – osobisty zestaw dobrych praktyk

Prowadząca:

Monika Klimontowicz - marketingowiec, praktyk z wieloletnim doświadczeniem w zarządzaniu zespołami pracowniczymi (m.in. działem marketingu). Ma dziesięcioletnie doświadczenie trenerskie. Praktyczne doświadczenie marketingowe wykorzystuje w prowadzeniu warsztatów szkoleniowych. W obszarze jej zainteresowań znajdują się czynniki przewagi konkurencyjnej, w tym jakościowa obsługa klienta, wizerunek, nowoczesny marketing i sprzedaż, itp. Jej szkolenia mają charakter interaktywny i nastawione są na poszukiwanie rozwiązań rzeczywistych problemów uczestników. Od 1995 r. związana z marketingiem i sprzedażą. Pierwsze doświadczenia zdobywała jako pracownik, a później zastępca dyrektora agencji reklamowej. Przez ponad 6 lat zajmowała stanowisko dyrektora biura marketingu w Górnośląskim Banku Gospodarczym, będąc odpowiedzialną za działania marketingowe, wizerunkowe, sprzedaż produktów bankowych i pozafinansowe motywowanie pracowników oddziałów banku. Jest współtwórcą strategii marketingowej i wizerunkowej Górnośląskiego Banku Gospodarczego (obecnie Getin Bank) oraz autorką wielu strategii i programów działań marketingowych. Tworzyła także systemy szkoleń i doskonalenia pracowników oraz obsługi klienta w GBG. Od 2001 r. do 2010 r. była współwłaścicielem DMD Centrum Szkoleniowego, gdzie poza zarządzaniem firmą i grupą trenerów, prowadziła wybrane warsztaty szkoleniowe. Obecnie jest niezależnym trenerem i doradcą, a także wykładowcą Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, Wyższej Szkoły Bankowości i Finansów w Katowicach i Wyższej Szkoły Europejskiej im. J. Tishnera w Krakowie.