

Количество участников:

Продолжительность:

Место проведения:

Формат: тренинг, фасилитация, business case

Соотношение теории и практики: 70%/30%

Методы проведения: интерактив, фасилитация, ингибция, практические кейсы, упражнения, игротехника

Документ об окончании: Удостоверение государственного образца

Постподдержка на 3 месяца: бесплатно

Анонс целей, задач и результатов тренинга «Клиентоориентированный сервис»

Цель:

В результате тренинга участники:

Программа тренинга «Клиентоориентированный сервис»

Эффективный сервис. Путь клиента. Как клиенты становятся вашими клиентами

1.1 Портрет клиента и как ему угодить

1.2 5 составляющих эффективного сервиса

1.3 Управление обслуживанием клиентов

1.4 Процесс обслуживания клиентов по телефону и при прямом контакте

1.5 Метод Foresee

1.6 Как оценить доволен клиент или нет?

1.8 Ожидания клиента

1.9 Выяснение потребностей и возможностей клиента для повышения продаж

1.10 Формирование потребностей модель Three questions

1.11 Управление ожиданиями клиентов.

1.12 Сервис с превышением ожиданий клиентов

Обслуживание клиентов и коммуникации в организации

- 2.1 Качество обслуживания – конкурентноспособность компании
- 2.2 Цикл превосходного сервиса
- 2.3 Профессиональные компетенции в обслуживании
- 2.4 Ненавязчивый сервис, в чем он выражается
- 2.5 Что нужно делать, чтобы клиенты оставались преданными Румиком?
- 2.6 Как быть ориентированными на клиентов?
- 2.7 Секрет заинтересованности
- 2.8 Что такое отношение и как мы его выражаем
- 2.9 Сохранение работоспособности - ваш ключ к успеху

Деловое общение с клиентами. Улучшение сервиса путем улучшения общения

- 3.1 Этапы общения с клиентом (SERVICE +)
- 3.2 Коммуникации. Модель общения
- 3.3 Приветствие, начало и ведение диалога
- 3.4 Умение слышать и распознавать реакцию партнера по общению
- 3.5 Подстройка к партнеру, доверие и общение
- 3.6 Общение и доверие. Приемы эффективного общения
- 3.7 Обратная связь с клиентом
- 3.8 Понимание и как его достигать
- 3.9 Модели поведения в ситуациях делового общения

Конфликты. Работа с жалобами и рекламациями

- 4.1 Определение возражений клиента
- 4.2 Причины, из-за которых клиенты уходят или не возвращаются повторно
- 4.3 Что ценит клиент?
- 4.4 Способы реагирования на рекламации, возражения (модель ISIDA)

4.5 Как снять эмоциональное напряжение клиента

4.6 Как управлять своими эмоциями и снимать стресс (модель NTP)