
TRUDNY KLIENT CZY TRUDNE SYTUACJE?

Cele szkolenia

- zdobycie umiejętności budowania długotrwałej, skutecznej relacji w warunkach zgłaszania zastrzeżeń i trudności ze strony klientów;
- poznanie schematów radzenia sobie z nieprzyjemnymi klientami i łagodzeniem trudnych sytuacji;
- opanowanie technik radzenia sobie z zastrzeżeniami i pretekstami ze strony klientów, odmawiania klientowi, gdy zachodzi taka potrzeba, a także zapoznanie się z metodami radzenia sobie z „nie” klienta;

Jak pracujemy?

Pracujemy metodą, która pozwala skutecznie i szybko przyswoić praktyczne umiejętności, a także zweryfikować własne nawyki i nastawienia. Przygotowany przez nas praktyczny trening pozwala na **uczenie się poprzez doświadczenie**. W każdym bloku znajdują się przykłady z życia zawodowego uczestników szkolenia, pomaga to w lepszym i szybszym zrozumieniu przedstawianych zagadnień.

Warsztaty opieramy na **metodzie Sekwencyjnego Uczenia Grupowego** polegającej na:

- a. Zmianie postaw i nabyciu nowych umiejętności poprzez wyciąganie wniosków z praktycznych ćwiczeń (autorefleksja)
- b. Uczeniu się poprzez angażujące zadania i techniki – od zaangażowania osobistego poprzez obserwację własnego zachowania oraz zachowania innych osób, prowadzącego do wyciągania wniosków i ich zastosowania w nowym, skorygowanym działaniu, skuteczniejszym niż dotychczasowe
- c. Eksperymentowaniu i zapewnieniu przestrzeni na błędy, a także konstruktywnym feedbacku indywidualnym i grupowym, tworzącym tym samym atmosferę współpracy i współdziałania
- d. Trenowaniu nowych umiejętności i sprzyjających postaw, aż do uzyskania rezultatów już na szkoleniu.

Dbamy o to, aby **wiedza i umiejętności** przekazywane podczas szkoleń **były praktyczne**. Teoria jest jedynie punktem wyjścia. Naszym celem jest dostarczenie **umiejętności**

wykorzystywania poznanych zagadnień w codziennej pracy zawodowej, a niekiedy i w życiu osobistym.

Program szkolenia

DLACZEGO TRUDNI KLIENTCI SĄ „TRUDNI”?

Z jakimi typami zachowań klientów spotykamy się w trakcie obsługi? Jakie motywy kierują ludźmi i ich zachowaniami? W jaki sposób potrzeby konsumenckie wpływają na zachowania? Trudne role społeczne w Polsce: klient i pracownik. Jaki typ postawy konsumenckiej dominuje współcześnie? W jakich sytuacjach napotykamy „obrony” klientów? Kiedy i dlaczego jesteśmy atakowani? Jak skutecznie przewidzieć zachowanie klienta?

1. CHARAKTERYSTYCZNE POSTAWY POLSKICH KLIENTÓW

- Rola klienta i jej uwarunkowania
- Postawa „Do ludzi” – Osobowość Empatyczna
- Postawa „Od ludzi” – Osobowość Wycofana
- Postawa „Przeciwko ludziom” – Osobowość Agresywna
- Ćwiczenia praktyczne

2. POTRZEBY A ZACHOWANIA KLIENTÓW

- Czym są potrzeby klientów i w jaki sposób wpływają na trudne zachowania?
 - Rodzaje potrzeb
 - Jak szybko diagnozować potrzeby?
 - Paradoksy konsumenckie a psychologia klienta
 - Ćwiczenia praktyczne
- Najczęstsze strategie zachowań klientów
 - Obrona bierna / pasywność / unikanie
 - Obrona aktywna / atak / wyższość
 - Niechęć jawna / skrywana / cichy sabotaż
 - Ćwiczenia praktyczne
- Inne wymagania klientów
 - Oczekiwanie niemożliwego, czyli generowanie błędów
 - Oczekiwanie maksymalizacji korzyści
 - Czas obsługi a poczucie satysfakcji

ROZWIĄZYWANIE TRUDNYCH SYTUACJI

Jak szybko wyciągać wnioski z tego, co klient nam przekazuje? Jak skutecznie zbudować wrażenie dobrego porozumienia z klientem pomimo trudności? Jak przechodzić od analizy potrzeb klienta do ich realizacji? Jak programować zachowanie klienta? Jak zmieniać początkowe, niekorzystne nastawienie? Jak sprawnie stosować techniki nawigacyjne? Jak kontrolować zachowania klienta? W jaki sposób radzić sobie z sytuacjami granicznymi jak np. konieczność odmowy klientowi? Czym jest asertywność handlowa? Jak kierować rozmową, kiedy oczekiwania klienta wykraczają poza reguły i obowiązujące kryteria?

1. DOSTRAJANIE SIĘ DO KLIENTA

- Rozróżnianie pretekstów o zastrzeżeń
 - Rozpoznawanie struktury pojęciowej klienta
 - Ocena wątpliwości i zastrzeżeń klienta
 - Sprzężenie zwrotne
 - Mapa sytuacji
 - Modelowanie postawy
- Radzenie sobie z „nie”
- Metoda Bez Przegrywającego
- Odmawianie klientowi
- Kontrolowanie relacji metodą Birkenbihl
- Ćwiczenia praktyczne

2. ZASADY POSTĘPOWANIA W TRUDNYM KONTAKCIE Z KLIENTEM.

- Dysocjacja zastrzeżeń klienta
- Asocjacja korzyści – korzyść a nie parametr
- Programowanie i przeprogramowywanie nastawień klienta
- Norma wzajemności i Zasada Podobne / Podobnym
- Zasada pozytywnych intencji
- Zasada Przeciwnie / Przeciwnym
- Ingracjacje
- Ćwiczenia praktyczne

3. ASERTYWNOŚĆ W OBSŁUDZE KLIENTA

- Czym jest i czym nie jest asertywność?
- Asertywność osobista i asertywność zawodowa
- Skutki stosowania innych strategii niż asertywna
- Niektóre umiejętności asertywne – ćwiczenia praktyczne
- Sposoby komunikowania o nieprzekraczalnych granicach
- Ćwiczenia praktyczne

4. SPOSOBY RADZENIA SOBIE W SYTUACJACH EKSTREMALNYCH Z KLIENTAMI

- Przyczyny zachowań agresywnych i nieuprzejmych

-
- Jakie sytuacje zaliczymy do wyjątkowo trudnych?
 - Ćwiczenia praktyczne