



## ETYKIETA I NETYKIETA W PRACY Z KLIENTEM - ELEMENTY KOMUNIKACJI BEZPOŚREDNIEJ I BADANIE POTRZEB KONSUMENTA

### Grupa docelowa

Pracownicy obszarów obsługi klienta, handlu, a także profesjonalistów zajmujących się sprzedażą i obsługą klienta. Szkolenie jest adresowane do osób bezpośrednio zaangażowanych w kontakt z klientami, takich jak pracownicy punktów sprzedaży, przedstawiciele handlowi, doradcy klienta czy obsługa recepcji, obsługa kelnerska. Szkolenie jest dostosowane do różnych branż, w których komunikacja bezpośrednia z klientem odgrywa istotną rolę.

**Termin szkolenia** - kwiecień - listopad 2024, dokładny termin do ustalenia po zebraniu się grupy szkoleniowej

**Miejsce szkolenia** - do ustalenia

**Cena za osobę** - 3500,00 zł (netto)

**Sposób przygotowania uczestników** - udział w kursie nie wymaga od uczestników wcześniejszego przygotowania

**Informacje o prowadzącym/cych** - Osoby posiadające doświadczenie w zakresie etykiety i netykiety w pracy z klientem

### Cele szkolenia

- Dostarczenie uczestnikom szkolenia narzędzi i zasad etykiety w komunikacji bezpośredniej z klientem, obejmujących elementy kultury biznesowej, savoir-vivre'u i profesjonalnego zachowania
- Kształtowanie umiejętności netykiety w relacjach z klientami, w tym zastosowanie zasad komunikacji elektronicznej, etykiety telefonicznej oraz obowiązujących norm w środowisku pracy
- Zapewnienie narzędzi do skutecznego badania i analizy potrzeb klientów, umożliwiające dostosowanie oferty do indywidualnych oczekiwań i preferencji
- Doskonalenie umiejętności bezpośredniej komunikacji z klientem, obejmującej aspekty werbalne i niewerbalne, w celu budowania pozytywnych relacji i zrozumienia potrzeb konsumenta
- Kształtowanie empatii w relacjach z klientem, pozwalającej lepiej zrozumieć perspektywę konsumenta i dostarczyć usługi czy produkty dostosowane do jego oczekiwań



## ETYKIETA I NETYKIETA W PRACY Z KLIENTEM - ELEMENTY KOMUNIKACJI BEZPOŚREDNIEJ I BADANIE POTRZEB KONSUMENTA

### Program szkolenia i przewidziana liczba godzin

Przewidziana liczba godzin: 24

#### Program szkolenia:

- Wprowadzenie
- Autoprezentacja - pierwszy kontakt z klientem, dlaczego ma największe znaczenie?
- Efekt świeżości, efekt pierwszeństwa
- Zasady profesjonalnego nawiązywania kontaktu z klientem
- Językowy savoir-vivre
- Zasady kierowania rozmową z klientem - sztuka komunikacji i porozumiewania się
- Argumentacja - zasady skutecznej argumentacji
- Uniwersalna netykieta i etykieta - zapoznanie z zaleceniami
- Specyfika profesjonalnej korespondencji elektronicznej w firmie
- Spotkania biznesowe - case study
- Rola i znaczenie nowych klientów w rozwoju sprzedaży
- Metody docierania do wybranych grup klientów
- Przegląd różnych metod badawczych, takich jak ankiety, wywiady, obserwacje, czy analiza danych
- Segmentacja rynku jako narzędzie identyfikacji różnych grup konsumentów
- Tworzenie profili konsumentów na podstawie danych demograficznych, behawioralnych i psychograficznych
- Skuteczna komunikacja z klientami o różnych profilach
- Jak wykorzystać informacje z badania potrzeb do doskonalenia produktów, usług i strategii przedsiębiorstwa
- Wyznaczanie celów przedsiębiorstwa
- Najważniejsze budowania pozytywnych i trwałych więzi partnerskich
- Satysfakcja klienta jako droga do lojalności klientów
- Budowanie wizerunku jako element strategii firmy
- Kształtowanie postawy pro klienckiej, budowanie nowoczesnej polityki relacji z klientem
- Techniki prowadzenia rozmów biznesowych - zadawanie pytań, aktywne słuchanie
- Metody i źródła zbierania informacji o kliencie
- Podsumowanie