

СЕРВИС, КОТОРЫЙ ВЛЮБЛЯЕТ (ценностный подход в клиентском обслуживании)

Цель: Научить участников взаимодействовать с клиентами на основе ценностного подхода. Способствовать повышению уровня проактивности сотрудников. Помочь сформировать «правильные» установки о работе компании, предоставляемым услугам и «положительному образу клиента»

Для кого: для клиентских менеджеров, сотрудников отдела продаж и сервисных служб

Продолжительность: 16 часов (2 дня по 8 часов)

<p>«Моя Компания – счастье для клиента»: Работа с установками участников в отношении Компании/ услуги</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Формирование привлекательного образа Компании и услуг • Создание «списка выгод клиента» от использования услуг Компании • Составление «Матрицы услуг» в опоре на Характеристику-Преимущества – Выгоды • Знакомство с методом аргументации «Тезисы-аргументы-факты» и применение его в работе с установками
<p>«Моя Компания начинается с меня»: Работа с установками участников в отношении себя</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Реактивность и проактивность – влияние подходов на качество жизни • Моя жизненная стратегия: её проявление в работе • Почему формируются негативные установки? • Использование техники «Рефрейминг» для работы с негативными установками участников, направленными на себя, как на специалистов компании
<p>«Мой Клиент – особенный»: Выявление установок участников по отношению к клиентам</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Работа по выявлению установок участников в отношении клиентов • Стратегии поведения по Томасу • Реализация принципа Win-Win
<p>«Круг удовольствий от продаж/ обслуживания»</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Что получает Клиент от общения с нами? • Индивидуальный стиль менеджера – мои сильные стороны в продажах/ обслуживании • Пирамида Р. Дилтса в формировании ценностного образа сотрудника
<p>Интеграция ценностей</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Прояснение ценностей сторон: «Менеджеры»-«Компания»-«Клиенты» • Проработка ожиданий и обязательств по отношению к каждой из сторон • Выявление точек пересечения в ожиданиях и обязательствах • «Расшифровка ценностей» на уровне поведения

Результат:

- ✓ Выявление ключевых ценностей компании и осознание их на уровне действий
- ✓ Проработка негативных установок сотрудников в контексте клиентской работы
- ✓ Знакомство с техниками работы с убеждениями и использование их для повышения личной и профессиональной эффективности
- ✓ Развитие проактивного подхода сотрудников к работе с клиентами
- ✓ Повышение лояльности сотрудников к работе с клиентами
- ✓ Усиление приверженности сотрудников к Компании

***Программа тренинга носит предварительный характер и будет скорректирована с учётом пожеланий заказчика.**