

Szkolenie pn.  
**„Obsługa Klienta biznesowego i instytucjonalnego”**  
realizowane dla Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach

## Abstrakt

*„Spotkanie to początek. Współpraca to postęp. Pozostanie razem to sukces.” (Henry Ford)*

Różnica zdań, trudna sytuacja, czy konflikt? Jak oddzielić problem od osoby? Jak reagować na zachowania Klientów i rozwiązywać trudne sytuacje w relacji B2B i B2C?

Jak komunikować się z klientem okazującym emocje oraz postawę roszczeniową, osądzającą, przekonaną o własnej racji? Jakie są przyczyny takiego zachowania? Zasady savoir-vivre oraz etykieta biznesowa; jak zrobić dobre wrażenie i pozyskać przychylność Klienta. Profesjonalna obsługa Klienta – jakie stawia przed nami wyzwania.

W odpowiedzi na te i inne pytania, istotna jest wiedza z zakresu identyfikacji Klienta i barier komunikacyjnych w relacjach z klientem podczas procesu obsługi. Pozwala na wybór i zastosowanie właściwych metod radzenia sobie w sytuacjach trudnych i dochodzenia do porozumienia.

Udział w szkoleniu daje odpowiedź na pytania, dotyczące postaw i zachowań, występujących podczas obsługi Klienta. Pozwala nabyć umiejętności efektywnej i skutecznej komunikacji; profesjonalnego reagowania na niestandardowe zachowania oraz radzenia sobie z obiekcjami i zarzutami.

## Szczegółowe cele szkolenia:

- Wzmocnienie kompetencji z obszaru komunikacji i współpracy ze współpracownikami i Klientami w oparciu o relacje biznesowe B2B oraz B2C.
- Wzmocnienie inicjatywy i proaktywnej postawy w realizacji własnych zadań. HPI - jako sposób badania efektywności współpracy i szukania luk kompetencyjnych we współpracy z klientem.
- Nabycie umiejętności pracy z oporem i przekonaniami.
- Doskonalenie umiejętności profesjonalnej obsługi Klienta w sytuacjach trudnych i konfliktowych.
- Poznanie zasad savoir-vivre w biznesie w komunikacji bezpośredniej, audio/video, mail, z uwzględnieniem kontaktów międzynarodowych.
- Wzmocnienie i budowanie odpowiedzialności w obszarze dbałości o wizerunek oraz świadomości celów strategicznych uczelni. Wykorzystanie BMC+ jako narzędzia budowania modelu współpracy z klientem.
- Poznanie technik asertywnej komunikacji i radzenia sobie z obiekcjami i wątpliwościami.

## Efekty kształcenia i korzyści dla uczestnika:

- Uczestnik nabedzie wiedzę z zakresu:
  - czynników decydujących o efektywnej obsłudze Klienta,
  - typologii Klienta i dopasowania narzędzi komunikacyjnych do danego typu Klienta,
  - zasad komunikowania się w sytuacjach trudnych i konfliktowych.

Projekt pt. „**Jeden Uniwersytet – Wiele Możliwości. Program Zintegrowany**”

- Uczestnik szkolenia będzie identyfikował potrzeby i oczekiwania Klienta w relacji B2B oraz B2C z perspektywy procesu obsługi, produktu oraz psychologicznej.
- Uczestnik szkolenia będzie znał zasady savoir-vivre i etykiety biznesowej również w kontaktach międzynarodowych.
- W efekcie szkolenia uczestnicy powinni prezentować postawę zrozumienia istoty własnych emocji i budowania relacji w obszarze B2B oraz B2C.
- W efekcie szkolenia uczestnik będzie stosował zasady komunikacji asertywnej w relacji z klientem dominującym, wywierającym wpływ z poziomu autorytetu, nie słuchającym.
- Uczestnik pozna techniki odpowiadania na wątpliwości i zastrzeżenia Klienta.
- Uczestnik będzie znał zasady dbania o wizerunek uczelni oraz identyfikowania się z celami strategicznymi uczelni.
- Uczestnik zdobędzie umiejętności profesjonalnej obsługi Klienta.

## Forma realizacji

Szkolenie realizowane będzie w formie stacjonarnej, w dniach 21-22.06.2022 r.

Czas trwania szkolenia: 2- dni (16 godzin dydaktycznych), codziennie od 8.30 do 15.30

Metody pracy warsztatowej:

- Dyskusja
- Burza mózgów
- Studium przypadku
- Gry, testy, ćwiczenia symulacyjne
- Ćwiczenia indywidualne i grupowe
- Trening umiejętności praktycznych
- Wykład interaktywny

## Program szkolenia

### MODUŁ I – Klient (definicja, relacje, oczekiwania)

Temat 1 - Uporządkowanie pojęć

- a. Klient biznesowy
- b. Klient indywidualny
- c. Kluczowe grupy Klientów „tradycyjny” i „nowoczesny”

Temat 2 - Relacje

- a. B2B
- b. B2C

Temat 3 – Oczekiwania z perspektywy procesu obsługi, produktu oraz psychologicznej

- a. Klienta
- b. Organizacji
- c. Pracownika obsługi

#### Temat 4 – Profesjonalna obsługa – pro kliencki model

- a. Korzyści dla Klienta, organizacji, pracownika obsługi
- b. Autodiagnoza, kompetencje, postawa i nastawienie w obsłudze Klienta
- c. Marketing szeptany – jak z nim pracować

Celem tego modułu jest zapoznanie uczestników z definicją „Klienta”, czym są poszczególne relacje (B2B, B2C) oraz uświadomienie wagi i znaczenia profesjonalnej obsługi Klienta dla uczelni.

#### **MODUŁ II – Savoir-vivre biznesowy w kontaktach osobistych i zdalnych (pismo, mail, audio/video)**

- a. zasady
- b. komunikacja
- c. etykieta
- d. konwersacja/zagajenie
- e. dobre praktyki w kontaktach międzynarodowych

Celem tego modułu jest zapoznanie uczestników z zasadami savoir-vivre w kontaktach osobistych i zdalnych z uwzględnieniem kontaktów międzynarodowych.

#### **MODUŁ III – Typologia Klienta a budowanie struktury rozmowy**

##### Temat 1 – Profil osobowości Klienta

- a. Profil prezentowanych zachowań pracownika obsługi vs Klient
- b. Różne sposoby komunikowania się z Klientem, m.in. wg modelu Paula Grice’a (konkretność, wiarygodność, przejrzystość, istotność)

##### Temat 2 – Rozpoznawanie potrzeb Klienta i kontraktowanie realizacji sprawy

- a. Narzędzia szybkiej diagnozy oczekiwań – techniki aktywnego słuchania
- b. Dobre praktyki komunikacyjne w budowaniu długofalowej relacji z klientem i satysfakcji
- c. Trójkąt satysfakcji Klienta w trzech obszarach
  - a. Psychologiczny
  - b. Merytorycznym
  - c. Proceduralnym
- d. Techniki informowania o ograniczeniach, niewiadomych i ryzykach

Celem tego modułu jest przygotowanie uczestników do dokonywania szybkiej diagnozy oczekiwań Klienta, nawiązywania długotrwałych relacji oraz zbudowania i podtrzymania satysfakcji Klienta.

#### **MODUŁ IV - Trudne sytuacje w obsłudze Klienta B2B oraz B2C.**

---

Projekt pt. „**Jeden Uniwersytet – Wiele Możliwości. Program Zintegrowany**”

- a. Typologia zachowań klientów
- b. Identyfikacja źródeł trudnych sytuacji w obsłudze Klienta
  - o Koło Moore’a – opisuje zagadnienia konfliktu i sytuacji trudnych.
  - o Model Thomasa i Kilmanna - przedstawia sposoby rozwiązywania sytuacji trudnych
- c. Konsekwencje sytuacji trudnych z klientem dla pracownika uczelni, Klienta i organizacji
- d. Rola emocji i nastawienia pracownika w kontakcie z klientem
- e. Narzędzia komunikacji w sytuacji konfliktowej: zdania, zwroty doceniające i dowartościowujące Klienta, argumentacja, język korzyści, techniki lingwistyczne (słowa, które uspokajają)
- f. Wywieranie wpływu i manipulacje ze strony Klientów:
  - elementy języka perswazji
  - model przetwarzania informacji, technika „dostrajania” i „prowadzenia”
  - techniki wywierania wpływu
- g. Asertywna postawa w kontakcie z Klientami:
  - asertywność w odpowiadaniu na niezadowolenie klientów
  - inteligencja emocjonalna - rola empatii
  - techniki pracy z trudnym klientem (komunikat Ja, wyrażanie osobistych opinii i przekonań, praca z oporem i obiekcjami)
- h. Reagowanie na emocje:
  - model reagowania na emocje niezadowolonego i agresywnego Klienta
  - radzenie sobie z krytyką klientów, stawianie granic „trudnemu” klientowi
  - negatywne emocje – jak sobie z nimi radzić i jak je wykorzystywać
- i. Sposoby radzenia sobie z sytuacjami stresowymi w kontakcie bezpośrednim z klientem. Przekształcanie trudnych sytuacji w pozytywne relacje na przyszłość

Celem tego modułu jest zapoznanie uczestników z istotą komunikacji interpersonalnej i jej roli w procesie obsługi ukierunkowanej na budowanie długotrwałych relacji i satysfakcji Klienta.

## **MODUŁ V – Obsługa Klienta – wyzwania, przyjmowanie reklamacji**

### Temat 1 – Model pro kliencki – „Zaufanie-Potrzeba-Propozycja rozwiązania problemu-Zamknięcie”

- e. Rzetelne przekazywanie informacji
- f. Praktyczne figury retoryczne w obsłudze Klienta
- g. Typologia Klienta vs sposób argumentowania
  - a. Systemy reprezentacji (wzrokowcy, słuchowcy, kinestetycy)
  - b. Co Klient chce osiągnąć, a czego chce uniknąć („unikacze” i „dążeniowcy”)

- c. Umiejętność zadawania pytań i reagowania na obiekcje Klienta – roszczenia vs oczekiwania interpretacja postawy Klienta

Temat 2 – HPI, model badania efektywności obsługi Klienta, badanie luk kompetencyjnych

- h. Czynniki zależne od organizacji
- i. Czynniki zależne od pracownika

Temat 3 – BMC+ jako narzędzie budowania relacji i współpracy z Klientem

- a. Budowanie mapy empatii
- b. Zrozumienie potrzeb Klienta, określenie niezbędnych zasobów, ryzyk i zagrożeń w komunikacji
- c. Zadanie wdrożeniowe

Celem tego modułu jest doskonalenie umiejętności pracy pytaniami, argumentowania, wskazywania luk kompetencyjnych oraz określania efektywności w komunikacji z Klientem. Nabycie umiejętności budowania modelu współpracy z Klientem, wskazywania korzyści, ryzyk i zagrożeń we współpracy.

## **Informacje o wykonawcy i trenerze realizującym szkolenie**

**Wykonawca: Poczta Polska SA.**

**Trener: Elżbieta Rzeźnikowska - trener biznesu, coach grupowy i zespołowy, menedżer.**

Jestem trenerem z ponad 16 letnim doświadczeniem w zawodzie trenerskim (od 2005 r.) oraz w biznesie.

Wykształcenie: mgr inż., Studia podyplomowe Logistyka Przedsiębiorstw Produkcyjnych i Spedycyjnych, Studia podyplomowe Akademia Trenera Biznesu, Studia podyplomowe pedagogiczne. Posiadam certyfikaty/kursy: m.in.: „Techniki komunikacyjne, Rozwiązywanie konfliktów, Zarządzanie zespołem, Zarządzanie przez cele, Zarządzanie stresem, Zarządzanie zmianą, Zarządzanie dialogiem w grupie, Zarządzanie czasem, Motywowanie i ocena, Coaching dla praktyków biznesu, Coach and More, Coaching zespołowy, Skuteczne Przywództwo, Mentoring, Wystąpienia publiczne, Komunikacja wewnętrzna, Style komunikacji, Sztuka prezentacji, Komunikacja medialna, Rola superwizji w rozwoju, techniki i metody superwizyjne, Mentoring w pracy trenera i menedżera, Nowoczesne metody nauczania i przekazywania wiedzy, Trener Extended Disc” i wiele innych.

Prowadzone przez mnie szkolenia/warsztaty oparte są na nowoczesnych metodach kształcenia. Ukierunkowane na realizację celów określonych, ze szczególnym uwzględnieniem indywidualnych

Projekt pt. **„Jeden Uniwersytet – Wiele Możliwości. Program Zintegrowany”**

---

potrzeb aktywizujących uczestnika warsztatów. Jako aktywny trener biznesu i menedżer projektuję i skutecznie wdrażam programy rozwojowe dla różnych grup zawodowych. W swojej pracy wykazuję się profesjonalizmem opartym na wiedzy merytorycznej i wysokich umiejętnościach jej przekazania. Programy szkolenia i zajęcia staram się tak konstruować, aby każdy z uczestników mógł poszerzać i doskonalić swoją wiedzę merytoryczną oraz zdobywać umiejętności, które wykorzysta i zastosuje w praktyce. Moje motto w pracy brzmi: *„Powiedz mi, a zapomnę. Pokaż mi, a zapamiętam. Zaangażuj mnie, a zrozumieć” (Konfucjusz).*

## Harmonogram szkolenia

Szkolenie/Warsztaty  
„Obsługa Klienta biznesowego i instytucjonalnego”  
realizowane dla Uniwersytet Śląski w Katowicach w terminie 21-22.06.2022 r.

Czas	Moduł, zagadnienia
<b>I DZIEŃ</b>	
8:30 – 10:00	Powitanie i przedstawienie się uczestników / pre testy
10:00 – 10:15	<b>Przerwa</b>
10:15 – 11:45	Moduł I – Klient (definicja, relacje, oczekiwania)
11:45 – 12:15	<b>Przerwa obiadowa</b>
12:15 – 13:45	Moduł II – Savior-vivre biznesowy
13:45-14:00	<b>Przerwa</b>
14:00-15:00	Moduł III – Typologia Klienta a budowanie struktury rozmowy cz. 1
15:00 – 15:30	Podsumowanie pierwszego dnia szkolenia/warsztatów
<b>II DZIEŃ</b>	
8:30 – 9:00	Powitanie uczestników i nawiązanie do dnia poprzedniego
9:00 – 10:00	Moduł III - Typologia Klienta a budowanie struktury rozmowy cz. 2
10:00 – 10:15	<b>Przerwa</b>
10:15 – 11:45	Moduł IV – Trudne sytuacje w obsłudze Klienta cz. 1
11:45 – 12:15	<b>Przerwa obiadowa</b>
12:15 – 13:45	Moduł IV - Trudne sytuacje w obsłudze Klienta cz. 2
13:45 – 14:00	<b>Przerwa</b>
14:00 – 15:00	Moduł V – Obsługa Klienta wyzwania. Przyjmowanie reklamacji.
15:00 – 15:30	Podsumowanie całego szkolenia/warsztatów/post testy