

ASCULTAREA ȘI RĂSPUNSUL

CUSTOMER CARE

Cum să înțelegem așteptările clienților și să le oferim o experiență memorabilă?

În ultimii 4 ani, numărul clienților care renunță la o relație de afaceri din cauza unei experiențe necorespunzătoare a crescut de la 59% la **86%**.

(Harris Interactive, Customer Experience Impact Report)

OBIECTIVE • ABORDARE • METODE • ORGANIZARE • TEMATICI





ASCULTAREA ȘI RĂSPUNSUL

CUSTOMER CARE

Tematici

ASCULTAREA – atenția și grija pentru client
 Modelul CARESS de ascultare a clientului
 Puterea Empatiei și cum o folosim
 Înțelegerea dinamicii conversației pentru a înțelege perspectiva clientului
 Tehnici de sondare a nevoilor reale: întrebări cu valoare mare; întrebările ca tactici

ASCULTAREA – implicarea clientului în soluție
 Relaționarea – la nivel comunicațional, dar și emoțional, cheia unei experiențe pentru client
 Utilizarea frazelor tranziționale pentru verificarea înțelegerii și provocarea solicitării acoperirii nevoii
 Schimbarea focusului de la preț la consiliere
 Tips & Tricks de relaționare

ASCULTAREA - Focus pentru impact prin soluție bazată pe valoarea percepută de client
 Cum pregătim apelul către un client astfel încât să ne mărim șansele de succes

RĂSPUNSUL – reacție versus răspuns
 Matricea cumpărătorului

Percepția clienților și cum se formează așteptările acestora

Asumarea responsabilității răspunsului

RĂSPUNSUL – aliniat la percepția și motivele clientului

Puterea percepției clientului

Motivele de cumpărare ale clienților

RĂSPUNSUL – la nevoile clientului, exprimate sau anticipate

Transformările clientului și impactul acestora

Susținerea relaționării cu clientul – cheia unui răspuns proactiv la nevoile clientului

Obiective

Cunoașterea și aplicarea de metode de construire și menținere a relației cu clientul

Cunoașterea și aplicarea de metode de investigare și identificare a nevoilor clientului

Consolidarea abilităților de empatizare și de interes față de client, precum și de manifestare a responsabilității răspunsului adresat clientului

Metode

Prezentări la flipchart și videoproiector

Studii de caz, Exerciții interactive

Lucru în echipă, Reflecții, Jocuri de rol

Filme, Povestiri motivaționale

Brainstorming

Abordare

Cursul este centrat pe conștientizarea propriului comportament și pe **învățarea experiențială**.

O componentă importantă o reprezintă **motivarea** participanților de a aplica principiile învățate.

Impactul cursului poate fi evaluat cu ajutorul unor instrumente de măsurare specifice.

Organizare

Durată: 2 zile (8h/zi) – incluzând pauzele

6 – 15 participanți

Grup țintă: toate departamentele care au contact direct și frecvent cu clienții

Participanții vor primi **instrumente de lucru specifice** (hands-out- uri, fișe de lucru, ghiduri etc.)