

24.11.2021 WARSZAWA

Ekspert obsługi klienta w deweloperce – praktyka po pandemii

**Certyfikat
Uczestnictwa**

Prowadzący:



**TOMASZ
ŁYSAKOWSKI**

**TRAINING
COUNSELLING
ADVERTISING**

ZAGADNIENIA GŁÓWNE:

Formy kontaktu
z klientem (bezpośredni
i zdalny) –
podobieństwa i różnice

Standardy i procedury
fizycznej obsługi klienta

Rodzaje spraw w pracy
w obsłudze klienta

Klient z problemem,
roszczeniem lub
reklamacją po zakupie

Asertywność
w bezpośrednim
kontakcie z trudnym
klientem

Ćwiczenia praktyczne

Ćwiczenia pełnych
rozmów
z klientem

Ekspert obsługi klienta w deweloperce

praktyka po pandemii

9.00 – 11.00 Moduł pierwszy

Formy kontaktu z klientem (bezpośredni i zdalny) – podobieństwa i różnice

- Kontakt zdalny – za pośrednictwem emaila i komunikatorów. Jak właściwie pisać do klienta i na co należy uważać.
- Kontakt telefoniczny (głosowy) – co go wyróżnia i jak klienci reagują przez telefon.
- Komunikacja wideo i za pośrednictwem programów telekonferencyjnych – rodzaje i granice zastosowania.
- Klient w biurze czyli kontakt bezpośredni – o czym musisz wiedzieć.

Standardy i procedury fizycznej obsługi klienta

- Rola procedur w pracy z klientem. Na co należy uważać w obsłudze klientów w branży deweloperskiej.
- Wygląd i mowa ciała pracownika obsługi – podstawowe zasady zachowania się w kontaktach bezpośrednich.
- Powitanie klienta w biurze. Co można mu zaproponować, a na co lepiej uważać.
- Small talk, czyli jak nawiązać dobry kontakt z klientem w pierwszej fazie rozmowy.
- Budowanie zaufania w praktyce. Potrzeby psychologiczne i komunikacyjne klientów – o co musisz zadbać, by uniknąć trudnych sytuacji.
- Warunki, jakie trzeba spełnić, by klient był zadowolony z obsługi. Pięć warunków dobrej obsługi i ich rola w pracy w biurze dewelopera.

Rodzaje spraw w pracy w obsłudze klienta

- Obiekcje przed finalizacją zakupu: przy odbiorach i umawianiu notariusza.
- Klient zgłaszający się do Ciebie z obiekcją lub problemem – schematy rozmawiania, dzięki którym unikniesz trudnych sytuacji.
- Problemy i trudne sprawy w trakcie trwania procesu sprzedaży: usterki (np. przy odbiorze), rozliczenia finansowe, aneksy do umów, rozmowy z klientem w sprawie zmian lokatorskich.
- Komunikacja z klientem, który kupił: usterki, które wychodzą po zakupie (pęknięcie, grzyb), sytuacje kryzysowe (np. zalania), pozakupowe roszczenia klienta wobec dewelopera, trudności klienta w wywiązywaniu się z harmonogramu płatności.

11.00 – 11.30 Przerwa kawowa

11.30 – 14.00 Moduł drugi

Obiekcje i reklamacje klienta przy odbiorze nieruchomości

- Zasady prowadzenia odbiorów: kto na nich powinien być i jak się powinien zachowywać.
- Klient z obiekcjami przy odbiorze. Generalne zasady odpowiadania na uwagi i wymówki, które zgłasza klient lub osoby mu towarzyszące.
- Kategorie obiekcji przy odbiorze: od błahych wymówek do ciężkich stanów. Zasady reakcji na obiekcję w zależności od jej wagi, typu i potencjalnej uciążliwości.
- Podstawowe i zaawansowane techniki perswazji, manipulacji i wyprowadzania z równowagi, które mogą stosować klienci przy odbiorach: jak na nie reagować.

Ekspert obsługi klienta w deweloperce

praktyka po pandemii

Klient z problemem, roszczeniem lub reklamacją po zakupie

- Z czym i kiedy może przyjść do Ciebie klient po zakupie i jak należy mu odpowiedzieć.
- Klasyfikacja problemów: kogo należy z czym gdzie odesłać, a co lepiej samemu załatwić.
- Klient z problemem i przykładowe reakcje obsługi na problem – czego należy unikać.
- **Przygotowanie do rozmowy z klientem, który może sprawić trudności**
- Zebranie informacji o klientach i ich problemie. Identyfikacja potrzeb klientów. Dopasowanie odpowiedzi na potencjalne skargi, obiekcje i próby wymuszenia dodatkowych świadczeń od dewelopera.
- Po co rozmawiam: określenie celu głównego i celów pośrednich rozmowy z klientem. Zdefiniowanie własnych interesów, punktów potencjalnej obrony oraz źródeł siły i ryzyka.
- Argumentacja: ustalenie, co dokładnie należy powiedzieć klientowi. Przygotowanie i przećwiczenie odpowiedzi w połączeniu z asertywnym sposobem komunikacji.
- Praca nad własną postawą, czyli jak się psychologicznie przygotować do stresującej rozmowy. Rola właściwej interpretacji sytuacji i odpowiednich mechanizmów kontrolnych.

Rozmowa z trudnym i zdenerwowanym klientem

- Pierwsze minuty fizycznej rozmowy. Identyfikacja typu i stylu komunikacyjnego rozmówcy.
- Klient zdenerwowany: po czym poznać, czy gniew jest szczery i jak uspokoić człowieka w stresie.
- Reakcja na serię krzyków, wymówek, obiekcji lub pretensji klienta, który w ogóle nas nie słucha.
- Argumenty i obiekcje klientów w trakcie rozmowy, której celem jest renegotjacja umowy: typowe i nietypowe. Techniki odpirania obiekcji.
- Osobowość klienta a przyjmowanie naszej argumentacji. Jak dyskutować z kimś, kto nie chce słuchać, gdyż przyszedł się wyładować, a nie dyskutować?

Asertywność w bezpośrednim kontakcie z trudnym klientem

- Obrona własnych interesów – dlaczego jest trudniejsza w bezpośredniej rozmowie.
- Asertywna reakcja na roszczeniową, sarkastyczną lub lekceważącą postawę klienta.
- Emocje w pracy z klientem – jak nad nimi zapanować. Sposoby kontroli własnych emocji i wpływania na emocje drugiej strony.
- Budowanie asertywnego komunikatu w odpowiedzi na manipulacje.
- Techniki egzekwowania własnych praw w sposób nienapastliwy. Wyrażanie prośb i oczekiwań w jasny i bezpośredni sposób – jak to robić, gdy partner interakcji trudny i agresywny.
- Przekazywanie klientom informacji zwrotnych, gdy nas traktują tak, jak sobie nie życzymy.

14.00 – 14.30 Przerwa na Lunch

14.30 – 15.30 Moduł trzeci

Ćwiczenia praktyczne

- Symulacje trudnych rozmów z klientami przy odbiorach, windykacji płatności lub późniejszych rozmów reklamacyjnych (w zależności od działu, z którego pochodzi uczestnik). Wskazanie obszarów do poprawy.
- Analiza nagranych symulacji pod względem skuteczności uspokojenia zdenerwowanego klienta, udzielenia asertywnej odpowiedzi manipulantom itd. Uczestnicy otrzymują informacje zwrotne od prowadzącego i kolegów na sali na temat własnych kompetencji i rekomendacje w kwestii ich rozwoju.

Ekspert obsługi klienta w deweloperce praktyka po pandemii

**KOMUNIKACJA W BOK
DEWELOPERA
PO PANDEMII
JAK WRÓCIĆ DO
BEZPOŚREDNICH
KONTAKTÓW
Z KLIENTEM**

Korzyści uczestnika

Trening skierowany jest w pierwszej kolejności do osób, które pierwsze kroki w obsłudze klienta stawiały w czasach pandemii i zdalnych kontaktów z klientami. Głównym celem szkolenia jest nabycie i rozwinięcie przez uczestników – pracowników obsługi klienta w firmach deweloperskich – podstawowych umiejętności w zakresie bezpośredniej komunikacji z klientem, kupił nieruchomości, obsługi przy przeprowadzaniu odbiorów i egzekwowaniu harmonogramu płatności oraz przy zgłaszaniu przez klienta problemów i reklamacji np. dotyczących jakości wykonania inwestycji.

Uczestnicy treningu zapoznają się ze sposobami radzenia sobie w trudnych sytuacjach, które pojawiają się przy bezpośredniej obsłudze klienta, technikami asertywnego odpowiadania na zaczepki klientów oraz metodami kontrolowania stresu i odzyskiwania równowagi po wizycie klienta w biurze. Jednocześnie uczestnicy wypracują w ramach szkolenia przydatne schematy reagowania na uzasadnione i nieuzasadnione roszczenia klienta, które pozwolą im tak rozmawiać z klientami, by bezpośrednie rozmowy reklamacyjne były jak najkrótsze i jak najmniej konfliktowe.

Przebieg treningu i metody pracy

W skład treningu wchodzi krótkie wykłady teoretyczne oraz ćwiczenia praktyczne. W ramach części praktycznej (60 proc. czasu szkolenia) uczestnicy:

- zobaczą, czym różni się obsługa zdalna od obsługi bezpośredniej,
- poznają procedury pracy z klientem w sytuacji wizyty klienta w biurze dewelopera,
- ćwiczą schematy odpowiadania klientom zgłaszającym określone problemy lub obiekcje w sposób bezpośredni,
- poznają i wdrażają indywidualne (dopasowane do własnej osobowości i sytuacji) scenariusze odpowiadania agresywnym, zdenerwowanym, płaczącym i manipulującym klientom, a następnie ćwiczą (w razie potrzeby przed kamerą) ich użycie w bezpośrednim kontakcie z wybranymi klientami.

24.11.2021 WARSZAWA

Ekspert obsługi klienta w deweloperce

praktyka po pandemii

Warsztat kierujemy do

- *początkujących i zaawansowanych specjalistów ds. obsługi klienta, pracujących w biurach sprzedaży deweloperów,*
- *szeefów działów sprzedaży firm deweloperskich,*
- *agentów i pośredników nieruchomości na rynku wtórnym,*
- *osób prywatnych sprzedających własne nieruchomości,*
- *osób planujących zakup nieruchomości, które chcą się przygotować do rozmów zakupowych.*

Tomasz Łysakowski jest trenerem biznesu, specjalizującym się w szkoleniach i warsztatach coachingowych z zakresu technik sprzedaży, negocjacji, wystąpień publicznych, wizerunku w mediach, zarządzania personelem i motywowania pracowników. Prowadzi własną firmę szkoleniowo-doradczą, jako trener zewnętrzny współpracuje również z firmami szkoleniowymi Scholaris Club, Talo Group i Akademia Biznesu MDDP. W zakresie wystąpień publicznych oraz tworzenia i prowadzenia prezentacji szkolił m.in. managerów KIA Motors Polska i Agencji Rozwoju Przemysłu, inżynierów SIEMENS Industry Software i Grupy LOTOS, pracowników Totalizatora Sportowego, Ministerstwa Administracji i Cyfryzacji oraz Najwyższej Izby Kontroli. W temacie budowania wizerunku (także w internecie) trenował specjalistów ds. PR i marketingu Marvipolu, Uniwersytetu Zielonogórskiego i Lasów Państwowych. Prowadził szkolenia z zakresu komunikacji z klientem m.in. dla EBS S.A. (przeszkolenie 300 pracowników sieci pralni 5aSec z obsługi klienta pralni), PZU SA, MAKRO Cash and Carry, Mazda Motor Logistics Europe, PZU Życie SA, Kolporter S.A., Mota-Engil Central Europe, DOMBUD S.A., SGI i Bałtykgaz. Z zakresu zarządzania zespołem i motywowania podwładnych do pracy szkolił m.in. dyrektorów i naczelników Izb Celných oraz brygadzystów MAHLE Polska, ATI ZKM i Grupy Velux. W dziedzinie obsługi trudnego klienta prowadził treningi dla pracowników Narodowego Funduszu Zdrowia, Zakładu Ubezpieczeń Społecznych i Władzy Wdrażającej Programy Europejskie. Szlify wykładowcy zdobywał w Instytucie Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego (2003-2006) oraz w Szkole Wyższej Psychologii Społecznej (2003-2008). Od 2006 współpracownik Programu 4 Polskiego Radia, okazjonalnie także na falach TOK FM. Gościnnie ekspert z zakresu psychologii społecznej, marketingu i komunikacji w programach TVP1, TVP2, TVP Info i Polsat News.

Centrum Konferencyjne Golden Floor
Al. Jerozolimskie 123A, 02-037 Warszawa

WIĘCEJ INFORMACJI:
biuro@proability.pl
22 787 59 12