

FORTIS Ośrodek Szkoleniowo Seminaryjny

Kontakt z trudnym klientem - warsztaty

Cel szkolenia:

Celem szkolenia jest polepszenie jakości obsługi klientów Powiatowego Centrum Pomocy Rodzinie w Stargardzie poprzez przekazanie jego pracownikom odpowiednich wskazówek i wyćwiczenie umiejętności, które doprowadzą do wypracowania wzorca efektywnej ich obsługi. Wzorzec ten umożliwi poprawę udzielania pomocy klientom, w szczególności poprzez rozwinięcie umiejętności pozyskiwania od nich informacji, przekazywanie zrozumiałej informacji zwrotnej, poznanie różnych sposobów radzenia sobie z trudnym klientem, nabycie umiejętności postępowania w przypadku skarg, wątpliwości lub zarzutów ze strony klienta oraz uzyskanie wglądu i radzenie sobie z własnymi silnymi i słabymi stronami.

Metoda:

Szkolenie będzie prowadzone w formie warsztatowej. Poprzez moderowanie dyskusji i ćwiczenia uczestnicy szkolenia będą stymulowani do aktywnej współpracy w rozwiązywaniu wywoływanych problemów. W poszukiwaniu rozwiązań pomagać będą zadania praktyczne, studium przypadku, dyskusje oraz odgrywanie ról.

Zadania zostaną tak dobrane, aby możliwie szeroko ująć zagadnienia występujące w codziennej pracy uczestników. Przecwiczą oni zaprezentowane techniki radzenia sobie w trudnych sytuacjach obsługi klienta, mając możliwość odebrania, w bezpiecznych dla nich warunkach, informacji zwrotnych i skorygowania ewentualnych potknięć i niedociągnięć.

Proponowane formy aktywnego uczenia się w czasie szkolenia:

- **Ćwiczenia indywidualne i w podgrupach**

Ich celem będzie dokonanie rozpoznania poziomu umiejętności radzenia sobie w kontakcie z klientem, w rozmowie z nim. Umożliwi to ustalenie dla poszczególnych uczestników obszarów potencjalnego konfliktu oraz ich mocnych i słabych stron w relacjach z klientem. Uzupełnieniem będzie krótka sesja testowa, umożliwiająca każdemu uczestnikowi z osobna odkrycie jego własnego stylu komunikacji i sposobu funkcjonowania w relacji z klientem.

- **Studium przypadku**

Omówione zostanie zdarzenie (zdarzenia), obrazujące w konkretnej postaci problem występujący w relacji pracownik Centrum – klient. Celem będzie wypracowanie u uczestników umiejętności wieloaspektowej, opartej na procedurze analizy sytuacji problemowej, tak, aby możliwe było wyciąganie konstruktywnych wniosków na przyszłość.

- **Dyskusje moderowane**

Uczestnicy będą motywowani do podejmowania dyskusji na temat różnych aspektów ich pracy, a moderator czuwał będzie nad prawidłowym przebiegiem dyskusji tj. takim ich prowadzeniem, aby biorący w nich udział uczyli się wymiany poglądów, formułowania opinii i osądów, dochodzenia do konkluzji i opracowywania wniosków.

- **Scenki i symulacje**

Umożliwią one przecwiczenie uzyskanych umiejętności, uzyskanie wglądu w emocje zaangażowane w inscenizowane sytuacje oraz uzyskanie informacji zwrotnych od obserwatorów.

Przewidziane są indywidualne konsultacje. Uczestnicy zostaną wyposażeni w narzędzia i materiały uatrakcyjniające oraz optymalizujące proces szkolenia.

FORTIS Ośrodek Szkoleniowo Seminaryjny

Program:

1. Cechy osobowości i stany emocjonalne prezentowane przez klientów

- Klient zdezorientowany – bezradny wobec problemu.
- Klient manipulujący.
- Klient poirytowany – roszczeniowy.
- Klient agresywny – napastliwy.
- Płeć, wiek i wykształcenie klientów.

2. Budowanie własnego wizerunku.

- Kulturowe uwarunkowania prezentacji samego siebie.
 - Normy ogólnie przyjęte, a normy środowiskowe i zawodowe.
 - Między zasadami a efektywnością.
- Techniki autoprezentacji
 - Składowe pierwszego wrażenia.
 - Autopromocja - budowanie autorytetu.
 - Pozyskiwanie przychylności i wzbudzanie zaufania.
- Komunikacja niewerbalna w relacjach z klientem.
 - Optymalizacja przekazu niewerbalnego.
 - Odbiór „mowy ciała” klienta.
- Savoir vivre w relacjach z klientem.

3. Komunikowanie się z klientem.

- Rozmowa z klientem – specyfika sytuacji.
- Etapy rozmowy z klientem – od aktywnego słuchania do klarownego przekazywania informacji.
- Zakłócenia procesu porozumiewania się w warstwie rzeczowej, semantycznej i psychologicznej.
- Błędy i pułapki w komunikowaniu się.
- Zawartość treściowa przekazu słownego.
- Formułowanie pytań i rozumienie odpowiedzi.
- Argumentacja – racjonalna i emocjonalna.
- Wzmacnianie wiarygodności i trwałości przekazu.

4. Techniki wywierania wpływu na klienta.

- Metody kontrolowania przebiegu interakcji i rozmowy.
- Między psychomanipulacją a socjotechniką – pułapki i korzyści.
- Stymulowanie konfliktu - Tłumienie konfliktu - Rozwiązywanie konfliktu

5. Sytuacje trudne w kontaktach z klientami.

- Obszary konfliktów.
- Umiejętności interpersonalne i osobiste przydatne w kontakcie z trudnym klientem.
- Błędy w reagowaniu na sytuacje trudne.
- Skuteczne porozumiewania się z klientami w sytuacji eskalacji emocji.
- Asertywność jako antidotum w sytuacjach trudnych.
- Radzenie sobie z własnymi emocjami w zetknięciu z niezasłużoną krytyką
- Ochrona przed agresją.

6. Prowadzenie rozmów telefonicznych.

- Specyfika rozmowy telefonicznej jako formy komunikowania się.
 - Oczekiwania klientów a rola pracownika.
 - Zakłócenia w rozmowie z klientem oraz ocena ich następstw.