

LA RELAZIONE CON IL CLIENTE (2GG)

Obiettivi del corso:

Aumentare la consapevolezza del personale sull'importanza del proprio ruolo nel soddisfare il Cliente; migliorare l'approccio relazionale con il Cliente e differenziarsi dalla concorrenza e fidelizzare il Cliente attraverso un servizio eccellente.

Metodologia didattica:

Si tratta di una metodologia di formazione interattiva e dinamica, metodologia esperienziale.

Non si può trasmettere l'azione che attraverso dei "laboratori / palestre" che coniughino dinamiche di gruppo e lavori individuali sulla "vita professionale reale": i partecipanti al corso di formazione non ascoltano e basta, devono lavorare attivamente.

Questi laboratori devono essere al servizio di ogni partecipante: aiutarlo a formulare i suoi obiettivi di crescita, metterlo in una posizione attiva per apprendere "sulla sua pelle", aiutarlo a partire dalla sua esperienza a tornare sull'esperienza stessa e a formulare il suo piano d'azione.

I nostri metodi didattici ci permettono di ottenere un'acquisizione più rapida del sapere, una maggiore memorizzazione e soprattutto una motivazione accresciuta dall'attuazione pratica sul campo.

La metodologia di formazione interattiva e basata su casi pratici tratti dalle specifiche realtà aziendali, è in grado di assicurare il cambiamento dei comportamenti di lavoro.

L'adattamento delle regole base ad ogni realtà personale ed aziendale, facilita l'inserimento sui comportamenti che ciascuno adotta. Lo stile di animazione è vivace e partecipativo con molti esercizi pratici e tecniche facili da usare immediatamente.

Argomenti del corso:

LA RELAZIONE CON IL CLIENTE (2gg)

- ✂ Valorizzare la propria immagine e quella aziendale nella relazione con il Cliente;
- ✂ La percezione: le mappe e gli schemi mentali;
- ✂ Gli elementi del processo di comunicazione e i presupposti della comunicazione;
- ✂ Le regole d'oro del processo di comunicazione;
- ✂ Cosa e come si comunica;
- ✂ I tre livelli della comunicazione: verbale, non verbale, paraverbale;
- ✂ L'utilizzo delle parole a valenza positiva e le espressioni da evitare;
- ✂ I filtri e la caduta della comunicazione: come evitare la cancellazione e la distorsione del messaggio;
- ✂ L'empatia e l'ascolto attivo dell'interlocutore: mettersi nei panni del Cliente e farlo sentire considerato;

- ✦ Le peculiarità della comunicazione telefonica con il Cliente;
 - ✦ Come instaurare un clima di fiducia con i nostri interlocutori;
 - ✦ Personalizzare la comunicazione in funzione delle caratteristiche dell'interlocutore: l'aggressivo, il logorroico, il pragmatico ed il passivo;
 - ✦ La gestione delle situazioni critiche e di tensione;
 - ✦ Il Piano Personale di Miglioramento: costruire un piano d'azione concreto per lavorare sulle proprie aree di miglioramento individuate durante il corso di formazione:
 - cosa voglio continuare a fare?
 - cosa voglio evitare?
 - cosa voglio iniziare a fare?
-