

PROGRAMA CUSTOMER CARE



Inscrição:

trainingcare@trainingcare.pt

Modalidade da Formação:
Comportamental

Metodologia da Formação:

Métodos pedagógicos activos e interactivos com ênfase no trabalho de grupo, debates, simulações e estudos de caso – o nosso modelo step by step - .

Metodologia de Avaliação:

Avaliação da reacção dos formandos.

Acompanhamento de resultados.

Avaliação da eficácia da formação.

Local, Data, Horário e Duração:

Lisboa / Luanda.

5 dias - 20 horas

Formador(a):

Dra. Sónia Karitsis Formadora certificada

Objectivos: No final da formação o formando deverá ser capaz de: Identificar a importância da atitude na relação com o cliente; Reconhecer os elementos essenciais para um serviço de qualidade; atender às diferentes dimensões do cliente; Valorizar esferas de controlo e de influência e promover um clima de cooperação.

Módulo 1 – A ATENÇÃO CENTRADA NO CLIENTE – A decisão de dar prioridade máxima ao cliente é essencial para melhorar a qualidade dos serviços prestados numa Organização. Planear os serviços e criar padrões de qualidade que atendam as verdadeiras necessidades e desejos dos Clientes. A adopção de um enfoque centrado no cliente deve vir acompanhada de uma mudança de atitude e do reconhecimento das inquietações e preferências do cliente. Proporcionar uma nova perspectiva na relação com o cliente. Auto-motivação para a prestação de serviços de boa qualidade ao cliente.

Módulo 2 – A PRIORIDADE É O CLIENTE – Identificar as diferenças de uma organização que vê o “Cliente” como um recipiente passivo dos serviços ou produtos e que consideram a administração no topo da hierarquia da sua organização, colocando o cliente na base da pirâmide e aquelas organizações voltadas para os clientes que os colocam na posição mais elevada. Perceber a importância do cliente em todos os momentos de: planeamento, implementação e avaliação da prestação de serviços. Reunir informações sobre os clientes para criar e oferecer serviços e produtos adequados às preferências, desejos e necessidades dos clientes. Valorizar a experiência na relação com clientes. Ajudar os clientes a tomar decisões informadas para garantir a confiança do cliente e para manter a qualidade técnica do atendimento.

Módulo 3 – O DESEJO DOS CLIENTES – Os clientes avaliam continuamente a qualidade dos serviços e produtos que recebem. É necessário tomar consciência deste facto. Se os clientes tiverem opção escolhem os prestadores de serviços ou produtos que ofereçam o melhor atendimento. As 7 preocupações dos clientes: 7.1 Respeito- o cliente deseja ser tratado respeitosa e amigavelmente, pois interpreta a cortesia, confidencialidade e privacidade como sinais de que o prestador de serviços tem um tratamento com equidade. 7.2 Compreensão – o cliente valoriza o serviço individualizado e prefere ser atendido por alguém que se esforce por entender a sua situação e necessidades específicas; 7.3 Informação completa e exacta – o cliente valoriza a informação e ficam desconfiados e preocupados acerca das informações do prestador de serviços; 7.4 Competência técnica - o cliente pode e deve julgar a competência técnica dos serviços que recebe mesmo utilizando diferentes critérios daqueles defendidos pelo prestador de serviços; 7.5 Acesso – O cliente valoriza o acesso imediato aos serviços ou produtos, que não haja barreiras nessa acessibilidade. 7.6 – Equidade - o cliente deseja que o prestador de serviços ofereça explicações detalhadas e exames minuciosos a todos e igualmente. 7.7 resolubilidade –o cliente procura serviços e produtos por uma razão específica, não gosta quando lhe pedem para voltar no dia seguinte ou que lhe digam para ir a outro local.

Módulo 4- MUDAR DE ATITUDE NO SERVIÇO AO CLIENTE – Colocar-se no lugar do cliente e atendermos como gostaríamos de ser atendidos e reflectir sobre as suas próprias experiências. Entender a visão que o cliente tem sobre os serviços e produtos. Encorajar o cliente a falar sobre as suas próprias preocupações e necessidades.

Módulo 5 – A SATISFAÇÃO DO CLIENTE – A satisfação do cliente é um dos resultados mais importantes no atendimento de boa qualidade. Identificar como a satisfação dos clientes influencia o comportamento dos colaboradores numa organização. O que determina a satisfação dos clientes. Qual a relação entre a qualidade dos serviços e as expectativas do cliente. Quais os efeitos das reclamações dos clientes.

Módulo 6 – ELEVAR AS EXPECTATIVAS DO CLIENTE - Desenvolver uma expectativa de boa qualidade entre os clientes. Criar um modelo de comportamento de acordo com as expectativas dos clientes. Promover a percepção de competência. Adequar a comunicação de acordo com o estilo de cada cliente

Módulo 7 – OS COLABORADORES SÃO CLIENTES INTERNOS- Os colaboradores de uma organização podem ser considerados como “clientes internos” porque recebem dos colegas produtos e serviços essenciais ao seu trabalho. Quando os colegas de trabalho não atendem a essas necessidades, os profissionais têm dificuldade para oferecer um bom serviço. Perceber e consciencializar para a importância desta temática fazendo a analogia para o atendimento dos “Clientes externos”.