



АКАДЕМИЯ
ШАТЕ-М
ПЛЮС

Тел.: +375 29 606-33-88
Тел.: +375 33 606-33-88
E-mail: academy@shate-m.com

ACADEMY.SHATE-M.BY

ПРОГРАММА УЧЕБНОГО КУРСА «Эффективная коммуникация с клиентом»

Длительность курса: 2 дня (16 академических часов).

Содержание курса:

1. Эффективное общение в сфере сервиса.
 - 1.1 Чем в работе могут помочь знания об общении?
 - 1.2 Этапы работы с клиентом в сфере сервиса.
 - 1.3 Особенности и цели этапов.
2. Транзактный анализ.
 - 2.1 Инструмент профессиональных переговорщиков.
 - 2.2 Транзактный анализ как техника построения доверительных отношений с клиентом.
 - 2.3 Типы «Я».
 - 2.4 Практика: определение типов «я» собеседника.
3. Виды транзакций и их практическое значение в общении.
 - 3.1 Параллельные транзакции.
 - 3.2 Перекрестные транзакции.
 - 3.3 Скрытые транзакции.
 - 3.4 Практика: примеры диалогов и совместный анализ.
 - 3.5 Практическое задание: разбор ситуаций из опыта.
4. Модели коммуникации.
 - 4.1 Модель «отправитель – получатель»: потеря и искажение информации в общении.
 - 4.2 Модель «айсберга»: эмоциональный и рациональный уровни восприятия и их влияние на результат переговоров.
 - 4.3 Эффект «Титаника»: природа возникновения напряженной ситуации и конфликтов.
 - 4.4 Поведение человека и ситуация, в которой он находится.
 - 4.5 Модель коммуникации «4 стороны одного сообщения»: неоднозначность сказанного.
 - 4.6 Модель коммуникации «4 уха получателя»: от чего зависит то, как мой собеседник воспримет сказанное мной.
 - 4.7 Практические задания по моделям коммуникации.
 - 4.8 Практика: «Я-сообщение» и «Ты-сообщение» в позитивных формулировках речи.
5. Составляющие успешного общения.
 - 5.1 Согласованные сообщения: влияние языка тела на восприятие сказанного клиентом.
 - 5.2 Тест на выявление доминирующего типа «Я».
 - 5.3 Каналы восприятия и их влияние на собеседника.
 - 5.4 Упражнение «внутренний настрой».
 - 5.5 Влияние ситуации на поведение клиента.
 - 5.6 Практические задания по проведению переговоров с клиентами.
6. Работа с жалобами и рекламациями клиентов.
 - 6.1 Айсберг жалоб клиентов.
 - 6.2 4 стороны сообщения клиента или что действительно имеет в виду клиент?
 - 6.3 Психологические аспекты рекламации.
 - 6.4 Различия между отрицанием, жалобой и рекламацией.
 - 6.5 Чего пытается достичь клиент с помощью рекламаций?
 - 6.6 Практика: анализ рекламаций с помощью изученных моделей коммуникации.
 - 6.7 Конструктивное поведение во время рекламации и поэтапная работа с ними.
 - 6.8 Практика: разработка транзакций для выхода на взрослый уровень решения проблем.
7. Предупреждение конфликтных ситуаций.
 - 7.1 Цикл «впечатление – поведение» и бумеранг поведения.
 - 7.2 Поведение, усиливающее и ослабляющее конфликт.
 - 7.3 Практика: Примеры сложных ситуаций и использование позитивных формулировок.
8. Заключительная часть: контрольное тестирование, ответы на вопросы, вручение сертификатов.

ЧАСТНОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ «ШАТЕ-М ПЛЮС»

223062, Республика Беларусь, Минский р-н, п. Привольный, ул. Мира, 2А
УНП 190273406, ОАО «Белгазпромбанк», SWIFT: OLMPBY2X, р/с для оплаты за обучение: BY22OLMP30120001100830000933