

Warsztaty "Profesjonalna obsługa klienta"

Magdalena Mućka Data publikacji: 14.12.2010

9 grudnia doradca zawodowy Centrum Informacji i Planowania Kariery Zawodowej przeprowadził zajęcia dla trzeciej i czwartej klasy Zespołu Szkół Ekonomiczno - Kupieckich o kierunku technik handlowiec.

Spotkanie dotyczyło profesjonalnej obsługi klienta i odbyło się na prośbę nauczycieli z płockiego Ekonomika. Skierowane było do uczniów zakwalifikowanych do projektu "Krok w przyszłość zawodową" realizowanego w ramach Działania 9.2 Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki "Podniesienie atrakcyjności i jakości szkolnictwa zawodowego".

Współcześnie sposób obsługi klienta jest jednym z czynników decydujących o pozycji firmy na runku. Klienci są najważniejszą częścią każdej firmy, dlatego tak istotne jest dbanie o pozytywne relacje z nimi. W praktycznych ćwiczeniach uczestnicy zajęć odkrywali czynniki wpływające na jakość obsługi, a tym samym zadowolenie klienta. Zwrócili uwagę na cechy psychiczne, które powinna posiadać osoba mająca w swej pracy do czynienia z innymi ludźmi. Do takich cech z pewnością należą: szacunek, empatia, akceptacja, życzliwość, autentyczność, otwartość.

Prowadząca zajęcia **Magdalena Mućka** podkreślała konieczność indywidualnego podejścia do każdego człowieka pragnącego skorzystać z naszych usług, niezależnie czy to będzie sprzedaż produktu czy udzielenie porady. W tym celu uczniowie dokonali diagnozy swojego preferowanego stylu komunikacji i uświadomili sobie konieczność bycia elastycznym w relacji z drugą osobą. W kulturze Zachodu dominującymi systemami są wzrokowy, słuchowy i kinestetyczny. By efektywnie porozumiewać się z naszym klientem musimy rozpoznać jaki styl komunikacji on preferuje oraz się do niego dostosować.

Na spotkaniu poruszono także zagadnienia komunikacji werbalnej, niewerbalnej oraz pierwszego wrażenia. Badania socjologii biznesu dowodzą, iż wizerunek osób reprezentujących firmę oraz ich miejsca pracy w 65% wpływają na dobre pierwsze wrażenie klienta, w 42% na postrzegany przez klientów profesjonalizm firmy oraz w 38% na pozytywny obraz firmy u klientów. Z różnorodnością osób, które mogą w przyszłości trafić do uczestników zajęć, pozwoliła zapoznać się przedstawiona typologia klientów oraz strategie postępowania z nimi.

W spotkaniu wzięło udział 26 osób. Stosowane metody sprzyjały aktywizacji wszystkich członków grupy oraz spotykały się z pozytywnym odbiorem uczestników zajęć. Na uwagę zasługuje fakt, iż nauczyciele płockiego Ekonomika, oprócz przekazywania wiedzy przedmiotowej, zwracają uwagę na wszechstronny rozwój umiejętności swoich uczniów, szczególnie tych, które zwiększają szanse uczniów na rynku pracy i odpowiadają na zapotrzebowanie pracodawców.