



SZKOLENIE DEDYKOWANE DLA Q SERVICE CASTROL: ZARZĄDZANIE SERWISEM SAMOCHODOWYM, STANDARDY OBSŁUGI KLIENTA

FIRMA SZKOLĄCA: BETIS

CEL SZKOLENIA

Szkolenie przeznaczone dla osób mających kontakt z klientami, które m.in. pośredniczą w procesie naprawy, konsultują zakres prac i finalnie rozliczają usługę.

W okresie przewagi podaży nad popytem należy usystematyzować i co najważniejsze zrozumieć proces pozyskiwania klientów, ich profesjonalnej obsługi, która umożliwi tworzenie długofalowych i perspektywicznych relacji partnerskich, a tym samym swobodę organizacji, planowania prac i rozwoju firmy.

Na szkoleniu zostanie wyjaśniony proces decyzyjny klienta, poszczególne etapy tego procesu, budowanie wizerunku i profesjonalizmu firmy na każdej płaszczyźnie postrzegania, aspekty jakości oraz rola i zalety ustandaryzowanych procesów jak i spójnej wizualizacji. Treści omawiane podczas szkolenia pozwolą na zwiększenie efektywności pracy, poprzez przekazanie praktycznych, skutecznych i sprawdzonych metod zarządzania, organizacji oraz dotarcia do klienta. Po ich zastosowaniu i zrozumieniu wzrośnie jakość i komfort pracy, spokój organizacyjny i co najważniejsze wykorzystanie potencjału technicznego i kadrowego, którym dysponuje firma.

PROGRAM SZKOLENIA

<p>1. Obsługa klienta w serwisie samochodowym</p> <p>1.1 Świat warsztatowy: hala serwisowa/biuro obsługi klienta</p> <p>1.2 Wizerunek eksperta, zaufanie i profesjonalizm</p> <p>1.3 Pozycjonowanie serwisu na rynku</p> <p>1.4 Aspekty jakości w procesie obsługi klienta serwisu samochodowego</p> <p>1.5 Naprawa postrzegana przez klienta</p>	<p>2. Relacje serwis – klient</p> <p>2.1 Poszukiwanie serwisu przez klienta</p> <p>2.2 Wizerunek – decyzja</p> <p>2.3 Metody i sposoby dotarcia do klienta oraz jego aktywne pozyskiwanie</p>
<p>3. Standardy obsługi klienta</p> <p>3.1 Rola doradcy serwisowego</p> <p>3.2 Obowiązki i czynności wykonywane przez doradcę serwisowego</p> <p>3.2.1 Przyjęcie pojazdu</p> <p>3.2.2 Dokumentacja serwisowa</p> <p>3.2.3 Wydanie pojazdu</p> <p>3.3 Budowanie zaufania oraz długofalowych relacji z klientami</p> <p>3.4 Skuteczna komunikacja</p> <p>3.4.1 Określanie realnych i domniemych potrzeb klienta</p> <p>3.4.2 Sposoby reakcji na obiekcje i zarzuty klienta</p> <p>3.4.3 Praktyczne argumenty uzasadniające wykonanie konkretnych usług serwisowych,</p> <p>3.4.4 Umawianie klientów, którzy dzwonią z pytaniami, sondują rynek</p> <p>3.4.5 Przykłady wypowiedzi w różnych sytuacjach serwisowych</p> <p>3.5 Kontakt z klientem po naprawie</p> <p>3.6 Rozpatrywanie reklamacji/odpowiedzialność za reklamacje</p>	<p>4. Efektywność i rentowność przedsiębiorstwa</p> <p>4.1 Ocena efektywności</p> <p>4.2 Godziny sprzedane, a przepracowane</p> <p>4.3 Sprzedaż usług serwisowych</p> <p>4.3.1 Sprzedaż dodatkowa usług i części</p> <p>4.3.2 Skuteczne rozszerzanie zakresu naprawy</p> <p>4.4 Oferta – korzystne rozwiązanie. Formulowanie oraz dobór propozycji (jakość/marża)</p>



Nie ma Cię jeszcze na naszym fanpage'u?
Polub Nas i bądź na bieżąco z nowościami!

FB/SzkoleniaInterCars

WWW.INTERCARS.COM.PL