

Współpraca z klientem kluczowym

Cele szkolenia

- Rozwój umiejętności budowania długotrwałej relacji z klientem.
- Ćwiczenie technik komunikacji i budowania relacji z grupami nacisku u klienta.
- Przygotowywanie argumentacji pokazującej korzyści z utrzymania współpracy.
- Planowanie działań wyprzedzających powstawanie groźnych problemów we współpracy.

Tematy poruszane na szkoleniu

- Handlowa obsługa klienta:
 - specyfika rynku recesyjnego
 - dynamika relacji dostawca-klient instytucjonalny
 - rodzaje sygnałów niezadowolenia – objawy, interpretacje, konsekwencje
 - etapy zmiany dostawcy
- Zbudowanie lojalności klienta:
 - struktura decyzyjna stałego klienta instytucjonalnego
 - Customer Satisfaction Index a rozproszone sygnały potencjalnych problemów
 - analiza grup wpływu
 - tworzenie kanałów komunikacji wzajemnej z grupami nacisku
 - wyprzedzanie pojawiania się istotnego niezadowolenia – lokalizacja problemu
- Komunikacja z różnymi grupami wpływu:
 - typy komunikacyjne
 - dostosowanie stylu komunikowania klienta
 - planowanie spotkań (preteksty i agendy) z różnego typu partnerami
 - co i jak mówić w trakcie spotkania
- Prowadzenie działań prewencyjnych:
 - etapy działań wyprzedzających
 - jak nie wywoływać niepokoju u klienta – pozytywne definiowanie celów podejmowanych działań
 - zbieranie informacji z grup wpływu bez urażania głównego kontaktu
 - dostarczenie informacji i argumentacji na użytek decydenta (głównego kontaktu)
- Taktyki zbierania i prezentowania informacji o problemach:
 - działania interwencyjne (gdy pojawił się problem)
 - przygotowanie informacji o problemie i jego rozwiązaniu – dostosowanie do potrzeb głównych grup nacisku
- Prezentowanie osiągnięć we współpracy:
 - funkcja prezentowania osiągnięć
 - dostarczenie danych i uzasadnień do argumentacji porównawczej