**Predložak edukacije/treninga**

|  |  |
| --- | --- |
| **Naziv**  |  **Povećanje razine korisničke usluge** |
| **Ključne riječi (meta oznaka)** | služba za korisnike; utvrđivanje potreba; digitalno; nedigitalno |
| **Jezik** | Hrvatski |
| **Ciljevi / Ciljevi / Ishodi učenja** | Do kraja nastave studenti će moći:LO1: Razumijevanje potreba kupaca.LO2: Fokus na zahtjeve kupcaLO3: Prepoznajte što je 'dovoljna' korisnička usluga.LO4: Odvojite digitalnu od nedigitalne korisničke službe. |
| **Područje treninga: (odaberite jedno)** |
| **Online / Digitalni marketing / Cyber-sigurnost** | **x** |
| **E-trgovina / Financiranje** |  |
| **Digitalno blagostanje** |  |
| **Pametan rad / Digitalni nomadi** |  |
| **Opis** | **Ova je sesija usmjerena na procjenu sve većih zahtjeva za korisničkom uslugom prije i nakon kupnje digitalnih i nedigitalnih kupaca. Danas su kupci sve više upoznati s uslugama koje pružaju dobavljači i najčešće na temelju toga donose odluke. Razmotrit će se i digitalna i nedigitalna korisnička služba, kao i načini identificiranja korisničkih potreba i njihove integracije u predložene ponude.** |
| **Sadržaj raspoređen u 4 razine** | **Naziv modula: Povećanje razine korisničke usluge****1 Naziv jedinice: Razumijevanje potreba korisnika**1.1 Definiranje potreba kupaca1.2 Vrste potreba kupaca**2 Naziv jedinice: Usredotočite se na zahtjeve kupca**2.1 Što zapravo znači usluga?2.2 Što kupci traže?**3 Naziv jedinice: Prepoznavanje onoga što je 'dovoljno' Služba za korisnike**3.1 Osnove korisničke službe3.2 Prepoznavanje kada imate 'dovoljno' korisničke službe**4 Naziv jedinice: Odvojena digitalna naspram ne-digitalne korisničke službe**4.1 Digitalno naspram nedigitalnog4.2 Služba za korisnike usmjerena na budućnost |
| **Samoevaluacija (upiti i odgovori s više izbora)** | 1. Koju je od dolje navedenih potreba kupaca najlakše odrediti?
	1. **Funkcionalne potrebe.**
	2. Društvene potrebe.
	3. Emocionalne potrebe.
	4. Svi su jednako teški.
2. Koja je od sljedećih izjava o službi za korisnike točna?
	1. Kultura zemlje ne utječe na očekivanja o korisničkoj službi.
	2. **Kako, kada i gdje se pruža usluga korisnicima mora biti fleksibilno.**
	3. Benchmarking je najbolji način da utvrdimo ispunjava li naša korisnička služba očekivanja.
	4. Sve navedeno je istina.
3. Na svojoj temeljnoj razini, korisnička služba se u konačnici odnosi na:
	1. Rješavanje problema.
	2. Prodajemo više svega što nudimo.
	3. Identificiranje potreba i želja kupaca.
	4. **Izgradnja odnosa.**
4. Budućnost korisničke službe bit će :
	1. Digitalno vođena
	2. Personalizirana
	3. Pod utjecajem umjetne inteligencije
	4. **Sve od navedenog**
 |
| **Skup alata (smjernice, najbolje prakse, popis za provjeru, naučene lekcije...) KOJI ĆE KORISTITI CTS / CASE** | **Ime**  |  |
| **Opis** |  |
| **Link od interesa** |  |
| **Resursi (video zapisi, referentna veza)** | [https://online.hbs.edu/blog/post/types-of-customer-needs #](https://online.hbs.edu/blog/post/types-of-customer-needs)[https:// www.youtube.com/watch?v=Em7NPWmyw6w&t=57s](https://www.youtube.com/watch?v=Em7NPWmyw6w&t=57s)<https://www.business.qld.gov.au/running-business/consumer-laws/customer-service/improving/principles> [https :// www.youtube.com/watch?v=qXQYNxDdbh8&t=8s](https://www.youtube.com/watch?v=qXQYNxDdbh8&t=8s)[https://www.the-future-of-commerce.com/2021/08/02/what-is-customer-service-definition-examples /](https://www.the-future-of-commerce.com/2021/08/02/what-is-customer-service-definition-examples/) [https://www.techtarget.com/searchcustomerexperience/feature/10-examples-of-AI-in-customer-service #](https://www.techtarget.com/searchcustomerexperience/feature/10-examples-of-AI-in-customer-service)  |
| **Povezani materijal** | Lee, S. M., & Lee, D. (2020). “Untact”: a new customer service strategy in the digital age. *Service Business*, *14*(1), 1-22.Tuten, T. L. (2019). *Principles of Marketing for a Digital Age*. SAGE. |
| **Povezani PPT** |  |
| **Bibliografija** | Falter, M., & Hadwich, K. (2020). Customer service well-being: scale development and validation. *The Service Industries Journal*, *40*(1-2), 181-202.Hsieh, T. (2010). *Delivering happiness: A path to profits, passion, and purpose*. Hachette UK.Cooper, N. (2021). America’s Best Customer Service 2022. *Newsweek Global*, 177 (87), 30-432.Bougourd, N. (2022). Four Ways Technology Is Enhancing Customer Service: The future is now. *HCM Sales, Marketing & Alliance Excellence*, 21 (5), 14-15.Shep Hyken. (2019). *Be Amazing or Go Home : Seven Customer Service Habits That Create Confidence with Everyone*. Sound Wisdom.Flavio Martins. (2016). *Win the Customer : 70 Simple Rules for Sensational Service*. AMACOM. |
| **Omogućio** | SEERC |