**Wzór karty szkolenia**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Tytuł** | **Zwiększenie poziomu obsługi klienta** | | |
| **Kluczowe słowa (meta tag)** | obsługa klienta; określanie potrzeb; cyfrowy; niecyfrowy | | |
| **Język** | Angielski | | |
| **Założenia/Cele/Wyniki kształcenia** | Pod koniec sesji studenci będą w stanie::  LO1: Zrozumieć potrzeby klientów.  LO2: Skoncentrować się na wymaganiach klientów  LO3: Określić, co jest "wystarczającą" obsługą klienta.  LO4: Oddzielić cyfrową i niecyfrową obsługę klienta. | | |
| **Obszar szkolenia: (wybierz jeden)** | | | |
| **Online / Digital Marketing / Cyberbezpieczeństwo** | | | **X** |
| **E-Handel / Finansowanie** | | |  |
| **Cyfrowy dobrobyt** | | |  |
| **Praca inteligentna/Cyfrowi Nomadowie** | | |  |
| **Opis** | **Ta sesja koncentruje się na ocenie stale rosnących wymagań dotyczących obsługi klienta przed i po zakupie, zarówno w przypadku klientów cyfrowych, jak i niecyfrowych. Obecnie klienci są bardziej świadomi usług świadczonych przez dostawców i najczęściej na tej podstawie podejmują decyzje. Przeanalizowana zostanie zarówno cyfrowa, jak i niecyfrowa obsługa klienta, a także sposoby identyfikacji potrzeb klientów i włączania ich do proponowanych ofert.** | | |
| **Zawartości uszeregowane w 4 poziomach** | **Nazwa modułu: Podnoszenie poziomu obsługi klienta**  **2.1 Tytuł rozdziału: Zrozumienie potrzeb klienta**  2.1.1 Określanie potrzeb klienta  2.1.2 Rodzaje potrzeb klienta  **2.2 Tytuł rozdziału: Koncentracja na wymaganiach klienta**  2.2.1 Co rzeczywiście oznacza obsługa?  2.2.2 Czego szukają klienci?  **2.3 Tytuł rozdziału: Określenie, co jest "wystarczającą" obsługą klienta**  2.3.1 Podstawy obsługi klienta  2.3.2 Określenie, kiedy obsługa klienta jest "wystarczająca  **2.4 Tytuł rozdziału: Rozdzielenie obsługi klienta cyfrowego od niecyfrowego**  2.4.1 Cufrowy kontra niecyfrowy  2.4.2 Obsługa klienta zorientowana na przyszłość | | |
| **Samoocena (pytania i odpowiedzi wielokrotnego wyboru)** | 1. Która z poniższych potrzeb klienta jest najłatwiejsza do określenia?    1. **Potrzeby funkcjonalne.**    2. Potrzeby społeczne.    3. Potrzeby emocjonalne.    4. Wszystkie są równie trudne. 2. Które z poniższych stwierdzeń dotyczących obsługi klienta jest prawdziwe?    1. Kultura danego kraju nie ma wpływu na oczekiwania dotyczące obsługi klienta.    2. **To, jak, kiedy i gdzie odbywa się obsługa klienta musi być elastyczne.**    3. Benchmarking jest najlepszym sposobem na określenie, czy nasza obsługa klienta spełnia oczekiwania.    4. Żadne z powyższych nie jest prawdziwe. 3. Na swoim podstawowym poziomie obsługa klienta to w końcu:    1. Rozwiązywanie problemów.    2. Sprzedawanie większej ilości tego, co oferujemy.    3. Identyfikacja potrzeb i pragnień klienta.    4. **Budowanie relacji.** 4. Przyszłość obslugi klienta będzie:    1. Napędzana cyfrowo    2. Spersonalizowana    3. Pod wpływem sztucznej inteligencji    4. **Wszystkie ww.** | | |
| **Zestaw narzędzi (wytyczne, najlepsze praktyki, listy kontrolne, wyciągnięte wnioski...) DO UŻYCIA PRZEZ CTS / CASE** | **Nazwa** |  | |
| **Opis** |  | |
| **Link tematyczny** |  | |
| **Żrodła(vide, polecane linki)** | [https://online.hbs.edu/blog/post/types-of-customer-needs#](about:blank)  [https://www.youtube.com/watch?v=Em7NPWmyw6w&t=57s](about:blank)  [https://www.business.qld.gov.au/running-business/consumer-laws/customer-service/improving/principles](about:blank)  [https://www.youtube.com/watch?v=qXQYNxDdbh8&t=8s](about:blank)  [https://www.the-future-of-commerce.com/2021/08/02/what-is-customer-service-definition-examples/](about:blank)  [https://www.techtarget.com/searchcustomerexperience/feature/10-examples-of-AI-in-customer-service#](about:blank) | | |
| **Powiązany materiał** | 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. | | |
| **Powiązane PPT** |  | | |
| **Bibliografia** | 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. | | |
| **Dostarczone przez** | SEERC | | |