**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 klientówLO3: 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#https://www.youtube.com/watch?v=Em7NPWmyw6w&t=57shttps://www.business.qld.gov.au/running-business/consumer-laws/customer-service/improving/principles https://www.youtube.com/watch?v=qXQYNxDdbh8&t=8shttps://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#  |
| **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 |