



Futó Ilona

Ügyfélkapcsolati stratégia és misszió



A követelménymodul megnevezése:

Üzleti kommunikáció

A követelménymodul száma: 2567-06 A tartalomelem azonosító száma és célcsoportja: SZT-002-50



AZ ÜGYFÉLKAPCSOLATOK FOGALMA ÉS JELENTŐSÉGE A SZERVEZETEK ÉLETÉBEN

ESETFELVETÉS – MUNKAHELYZET

Minden vállalat célja, hogy ügyfelei igényeit kielégítse, az üzleti kapcsolatokat és a vállalat jó hírnevét megőrizze. A hosszú távú kapcsolat bizalomra és megértésre épül, a terméket szállító/szolgáltató cég mindent elkövet annak érdekében, hogy megismerje ügyfelei igényeit. Ideális esetben az ügyfél pedig biztos benne, hogy adott esetben, ha szüksége lesz rá, a terméket szállító/szolgáltató cég képes lesz neki segíteni. A cég munkatársain keresztül biztosítja a jó minőségű terméket/szolgáltatást, és ennek érdekében gyakran komoly minőségügyi normákat ír elő, szabályozza az előállítás folyamatát és az ügyfelek kezelésének körülményeit.

Hogyan ellenőrizheti a cég vezetése, hogy az ügyfelekkel foglalkozó személyzet biztosan betartja az ügyfél centrikusság elvét és megfelelő színvonalon szolgálja ki az ügyfeleket? Milyen eszközök vannak a teljes "ügyfél kép" megismerésére?

SZAKMAI INFORMÁCIÓTARTALOM

1. Az ügyfélkapcsolatok jelentősége a szervezet életében

Az ügyfélkapcsolat fejlesztésében jelentős szerepet játszik az ügyfelekkel és az alkalmazottakkal folytatott kommunikáció. Többféle kommunikációs eszköz és csatorna is igénybe vehető abban az esetben, ha valami nagyon fontos dolgot akarunk továbbítani. Az ügyfélkapcsolatra jelentős hatással van az is, hogy a szervezetet milyen elvek alapján és mennyire következetesen irányítja a vezetés.

Az ügyfél centrikus gondolkodás a vezetői szinten biztosan hat

- a szervezet felépítésére,
- a benne dolgozó szervezeti egységek munkatársainak minőségi együttműködésére az ügyfél kérések teljesítésében,
- a folyamatok kialakítására, melyek az ügyfelek igényeit veszik figyelembe.

2. Az ügyfélkapcsolatok formái és jellemzői

Az ügyfelekkel a **kapcsolattartás csoportosítható**

ÜGYFÉLKAPCSOLATI STRATÉGIA ÉS MISSZIÓ

- Gyakoriság szerint: egyszeri, eseti, rendszeres, folyamatos
- A kapcsolatban részt vevő személyek hierarchiában elfoglalt helye alapján: vezetői szintű, beosztott szintű, vagy mindkettő
- A kommunikáció módja szerint: személyes, telefonos, vagy írásos.

A kapcsolattartási forma ügyfél centrikusan működő szervezetben az ügyfél igényeihez igazodik. A kapcsolattartási formák közül az ügyfél 100%-os beazonosítására a személyes, illetve írásos (aláírt) csatornán van lehetőség, de egyre jobban fejlődik a telefonon keresztüli – egyénhez rendelt azonosító kóddal történő – azonosítás is.

Összefoglalásként válasz a felvetett esetre

A kiszolgálás színvonalát célszerű mintavétellel az összes csatornán rendszeresen ellenőrizni próbavásárlókon keresztül, és nagyon hatékony az ügyfél elégedettségi vizsgálatok rendszeres végzése is. Az ellenőrzésekről és felmérésekről szóló elemzések ne a fióknak szóljanak, hanem kövesse azokat konkrét lépésekre lebontott akcióterv készítése. Szisztematikus, minőség centrikus hozzáállás következtében garantált a jó minőségű ügyfélkapcsolat!

3. A kapcsolattartás formái:

- **Személyes ügyfélkapcsolat**, amely a leghatékonyabb ügyfélkapcsolati forma, de ugyanakkor a legnagyobb energia befektetést követeli meg mindkét féltől. A két fél közül legalább egyiknek el kell mennie a másikhoz, hogy találkozhassanak, 10-15-ször több időbe telik az ilyen kapcsolatfelvétel. Mindig az a fél van előnyös helyzetben, aki "hazai pályán" marad, ezért előfordul, hogy a felek semleges terepet választanak a személyes találkozás helyszínéül. Fontos és bonyolult ügyekben a személyes találkozás a legeredményesebb kapcsolattartási forma.
- **Telefonon keresztül tartott ügyfélkapcsolat**, amely lehetőséget teremt a feleknek a gyors és interaktív kapcsolat létrehozására. A telefon elsősorban tájékoztatásra alkalmas, hatása lényegesen kisebb, hiszen érzékszerveink töredékét tudjuk csak alkalmazni a beszélgetés során. Az időfelhasználás azonban több, mint a felével kevesebb, mint a személyes ügyfélkapcsolatnál. A telefonos kapcsolattartás egyik válfaja az automatikus, gépi tájékoztatás, amelyet az ügyfelek rendszeresen elutasítanak, mivel az emberi hangot és az interaktivitás lehetőségét ez a forma nem biztosítja.
- **Írásos kommunikáció**, melynek során az ügyfél kér, vagy bejelent valamit levélben, amire a szervezet reagál. Az írásos csatorna egyik napjainkban nagyon népszerű válfaja az **e-mail-en keresztüli** kommunikáció, amely rendkívül egyszerű és gyors. Még újabb, és napjainkban nagyon népszerű az **SMS alapú kapcsolat**, melynek a legnagyobb előnye a rövid, lényegre törő üzenet gyors eljutása a címzetthez mobil telefonon keresztül. Ez a csatorna mindkét felet meggondolásra készíti, hiszen még mindig nagyon él az a mondás, mely szerint **"a szó elszáll, az írás megmarad."**

Nagyon fontos, hogy amilyen formában kommunikál az ügyfél, a szervezet ugyanazon a csatornán adja meg a választ. A válaszok megfogalmazásának **időtartama** függ a szervezettől, például az államigazgatás 30 napos átfutási idővel dolgozik, amely további indoklással meghosszabbítható 60, illetve 90 napra, azonban ez a versenyszférában egyáltalán nem elfogadható. Van olyan szervezet, ahol kötelező a beérkező levelekre 24 órán belül válaszolni. Az átfutási idő mellett a legfontosabb szabály, hogy **egyetlen levél sem maradhat megválaszolatlanul**, legyen az hagyományos postai úton beérkező, vagy e-mail-en keresztül küldött levél.

4. A kommunikációs csatornák sajátosságai (előnyök, hátrányok)

Kommunikáció típusa	Előnyök	Hátrányok
Személyes	Totális benyomás	Helyhez kötött
	Térben kevésbé korlátozott	Gyors gondolkodást igényel
	Lazább, mint a telefonos és írásos kommunikáció	Időben mulandó
Telefonos	Képes a távolságok áthidalására	Korlátozott formája az élőbeszédnek
	Azonnali visszajelzés lehetősége adott	Technikai lehetőségektől függő (háttérzajok behallatszanak)
	A kifejező eszközök köre korlátozott (csak a szókincs, stílus, a hang és a mosoly hallható)	Nagyon gyors gondolkodást igényel
Írásos	Van idő gondolkodni	Igényesebb megfogalmazás szigorú normák betartása szükséges
	Maradandó	Lassú reagálás

5. Az ügyfél elégedetlenség ára és az ügyfél kezelés fogalma:

Jó tudni, hogy tízszer annyiba kerül új ügyfelet szerezni, mint egy régit megtartani; egy elégedetlen vásárló legkevesebb öt másik személynek mondja el kellemetlen tapasztalatát; az elégedetlen vásárlók 96%-a nem reklamál soha, de a következőkben más üzletet részesít előnyben. Annak, ha egy kliens elhagy, az esetek 69%-ában a rossz ügyfélkezelés az oka, 13% a gyenge árminőség, 9% a konkurencia megjelenése miatt nem tér vissza.

Ügyfélkezelésen értjük:

- a vásárlók tájékoztatását
- az árak közlését, árajánlat készítését
- a vásárlók közvetlen megszólítását
- a kérdésekre adott válasz módját, formáját, stílusát és tartalmát
- a sorban állás kezelését
- a kiemelt ügyfelek kezelésének módját
- a szerződés tartalmának, tisztaságának és elfogulatlanságának mértékét
- a fizetési feltételeket
- a számlaadás módját és körülményeit
- a kérdések feltevésének biztosítását, a reklamációk kezelésének módját
- a reklamációk sikerességét
- az ügyintézés átfutási idejét
- az ügyfélszolgálat különféle csatornákon keresztül történő elérhetőségét, nyitva tartási rendjét.

6. A próbavásárlás (mystery shopping), mint a szolgáltatás szintjének egyik vizsgálati módszere

Ma már a telítődő piacokon az ügyfélkezelés minősége nagyban, többnyire döntően határozza meg a vállalkozás sikerét. Próbavásárlás alatt kiképzett vásárlók megfigyelik és rögzítik az ügyfélkezelést, a vevő kiszolgálásának módját, az alkalmazottak vevővel szembeni attitűdjeit (verbális és non-verbális kommunikáció), az alkalmazottak áruismeretét, a kiszolgálás gyorsaságát, valamint a termék minőségét.

A próbavásárlás lehetőséget ad, hogy az alkalmazottak munkáját, tevékenységét egyenként elemezzük, de ugyanakkor teret enged annak is, hogy egymással összehasonlítsuk a különböző egységekben (régiókban) kapott eredményeket. Bármelyik esetben **a végső cél az, hogy az eredményeket fejlesztésekre használják fel** – kiküszöbölve az addigi hibákat –, növelve az ügyfélszolgálat, az ügyfél-elégedettség szintjét. A próbavásárlás során egy előzetesen megadott szituációra felkészített kérdezőbiztos felkeresi az adott intézményt, ahol átlagos vásárlóként viselkedik. Távozás után egy előre kidolgozott kérdőívet tölt ki, amelyben részletesen rögzíti tapasztalatait.

Példa: A próbavásárló például elutazik a szállodába egy jó nagy bőrönddel, felcipeli, kipakol, beköltözik egy napra, majd szépen beírja a kérdőívébe, hogy segített-e a londlner a csomagok hurcolásában, udvarias volt-e, gyűrtött volt-e az egyenruhája, és még ezer dolgot. Azt is, hogy a Mojító-jából kihagyták a mentalevelet.

A próbavásárlás legnagyobb előnyei:

- állandó kényszerhelyzetet jelent az alkalmazottak számára, hiszen soha nem lehetnek abban biztosak, hogy valamelyik ügyfél, akit kiszolgálnak, az nem pont egy próbavásárló - e,
- tényszerű információkat közöl az ügyfélkezelésről, a kiszolgálásról,
- titkos, bizalmas, gyors, bizonyítható, csak a menedzsment számára elérhető eredményeket biztosít.

Melyek azok az iparágak, ahol a leggyakrabban végeznek próbavásárlásokat? Legaktívabban a telekommunikáció, az IT szolgáltatások, az áruházláncok, franchise üzletek, bevásárlóközpontok, pénzügyi szolgáltatások, idegenforgalom, vendéglátóipar, utazás, közlekedés területén használják a próbavásárlásokat, mint eszközt.

A próbavásárlás során nem élünk vissza az eladók bizalmával, türelmével, valós helyzetekben végezzük, és az esetleges negatív vagy pozitív tapasztalatokat kizárólag a kutatás céljaira használjuk fel.

Egy jól előkészített, profi módon lebonyolított kutatás megtérülő befektetés, egyfajta beruházás.

A próbavásárlás különösen alkalmas a saját munkatársak tesztelésére, minőségellenőrzésre, illetve konkurencia vizsgálatokra.

A saját munkatársak ellenőrzése során arra mindig tekintettel kell lenni, hogy a próbavásárlás nem a fegyelmi, munkajogi felelősségre vonás eszköze. A próbavásárlás eredményeire alapozva történhet a szolgáltatások fejlesztése, képzési tervek kidolgozása, a technológiai leírások módosítása.

A próbavásárlás történhet személyesen vagy telefonon. Kiemelkedően fontos szerepe van a telefonos ügyfélszolgálatok vagy telemarketing részlegek munkatársainak ellenőrzésében.

Rendszeres időközönként megismételve mérhetők a változások, a képzések hatékonysága,

Az áruház ügyfél létezéséről a dolgozókat mindig értesíteni kell, noha azt soha nem lehet tudni, pontosan mikor toppan be a jól felkészült látogató, aki észrevételeiről részletes jegyzőkönyvet készít. Ugyan az akár 40-50 kérdést is tartalmazó lista összeállításakor az objektív szempontokra próbálják a hangsúlyt helyezni, az ív nem mentes a szubjektív kérdésektől sem.

7. A CRM – Customer Relationship Management fogalma és alkalmazása

A CRM rendszert, azaz ügyfélkapcsolat menedzsment rendszert (angol nevén Customer Relationship Management – CRM) az ügyfelek adatainak kezelésére, **a teljes ügyfélkép** biztosítása céljából hozták létre.

A CRM-rendszer egy olyan integrált informatikai rendszer, amely támogatja azokat a szervezett, összehangoltan irányított vállalati folyamatokat, amelynek középpontjában az ügyfél áll.

A kiemelt ügyfélként való kezelés mára a megrendelők természetes elvárása lett. Eközben a vállalatok egyre komolyabb erőfeszítést tesznek az új ügyfelek megszerzése, a régiék megtartása érdekében. A korszerű CRM rendszerek alkalmasak a vállalat értékesítési és marketingstratégiájának továbbfejlesztésére, és tartalmazhatják az értékesítési tevékenységhez szorosan kapcsolódó ügyfélszolgálati tevékenységet, valamint integrált vállalatirányítási rendszerbe ágyazhatóak. A rendszer a 360 fokos ügyfélképről szóló információkat gyűjti és segítséget nyújt az ügyfél pénztárcák, az ügyfélszokások elemzéséhez, az értékesítés akcióinak tervezéséhez, az ügyfelek megtartásához és a keresztértékesítés színvonalának javításához.

A CRM rendszerben az információk nem elszigetelt adathalmazba, hanem egy megosztott adatbázisba kerülnek, melyhez több felhasználó egyidejűleg is hozzáférhet, és az ügyfél adatainak körében elvégzett módosítások azonnal frissülnek. Ez az ügyfélközpontú adatbázis pontosan illeszkedik a vállalat szervezeti felépítéséhez és belső, elsősorban marketing- és értékesítési folyamataihoz. A rendszerfelügyelet nem jelent nagy megterhelést, és a CRM jó esetben könnyen fejleszthető, ahogy az értékesítési és ügyfélszolgálati tevékenység, vagy az ügyfelek szegmentációja változik a szervezeten belül.

TANULÁSIRÁNYÍTÓ

1. feladat

Csoporttársaival együtt végezzék el az alábbi gyakorlatot!

Ön egy hétvégét tölt családjával egy 4 csillagos szállodában. Nagyvonalakban minden rendben van a kiszolgálással, mégis úgy hagyják el a szállodát, hogy nem elégedettek. Az alábbiakat tapasztalták rövid tartózkodásuk alatt:

- a recepció gyakran nem volt senki
- a lift nagyon lassan jött és állandóan tele volt
- egyszer sem cseréltek törölközőt a két nap alatt
- a reggeli bőséges és jó minőségű volt, a vacsoránál sokat kellett várni, amíg a pincérek kihozták az ételt

- a szálloda ajtóban találkozik a tulajdonossal, aki megkérdezi, hogy mi a véleményük a kiszolgálásról és hogy érezték magukat az elmúlt két napban.
- megkéri Önöket, hogy pár percre fáradjanak vissza és töltsék ki az alábbi lapot:
- Legyenek nyíltak és őszinték! Segítsenek a szolgáltatás javításában!
- Szöveges formában tegyenek javaslatot a szolgáltatás fejlesztésére!
- A TV nagyon elhasználódott volt, egész este futott a kép, nem tudták megjavítani.
- A wellness részlegen elfogyott a törölköző és nem hoztak pótlást.
- A személyzet alapvetően udvarias volt, de nem törekedtek a gyors probléma megoldásra. A flegma válaszok sem voltak ritkák.

Töltsék ki az alábbi táblázatot! Tegyenek javaslatokat is a szolgáltatás javítására!

szolgáltatás	szempontok	vélemények, javaslatok
Recepció	ügyfelek fogadása a recepciótól a szobába jutásig, ügyfelek elutazása, szoba elhagyása, csomagok szállítása, kiköltözés, számla kiegyenlítése, taxi szolgálat - udvariasság, figyelmesség, tájékoztatás minősége	
Londiner szolgálat	Udvariasság, segítőkészség	
Szobák	takarítás a szobákban - minőség, alaposság, megbízhatóság	
Étkezés	ételek+kiszolgálás - udvariasság, választék, folyamatos ellátás, gyorsaság, asztalok tisztítása, zene minősége	
Bár	udvariasság, választék	
Szoba szervíz	gyorsasága, kiszolgálás udvariassága	
Mosás	minőség, gyorsaság	
Technikai eszközök állapota	szobák állaga, technikai eszközök működőképessége, javítószolgálat gyorsasága, udvariassága	
Wellness részleg	tisztaság, törölközők, szaunák, zuhanyok, a merülő medence hőfoka	

ÜGYFÉLKAPCSOLATI STRATÉGIA ÉS MISSZIÓ

Probléma megoldás	gyorsaság, megoldásra segítőkészség	figyelmesség, való törekvés,
Személyzet viselkedése	megjelenése, ápoltság, ügyfél udvariasság, figyelmesség	centrikusság, kedvesség,

2. feladat

Csoporttársaival együtt végezzék el az alábbi gyakorlatot!

Az alábbi táblázatban foglalják össze együtt a személyes, telefonos és írásos kommunikáció előnyeit és hátrányait!

Kommunikáció típusa	Előnyök	Hátrányok
Személyes		
Telefonos		
Írásos		

MEGOLDÁS

2. feladat

Kommunikáció típusa	Előnyök	Hátrányok
Személyes	Totális benyomás	Helyhez kötött
	Térben kevésbé korlátozott	Gyors gondolkodást igényel
	Lazább, mint a telefonos és írásos kommunikáció	Időben mulandó
Telefonos	Képes a távolságok áthidalására	Korlátozott formája az élőbeszédnek
	Azonnali visszajelzés lehetősége adott	Technikai lehetőségektől függő (háttérzajok behallatszanak,
	A kifejező eszközök köre korlátozott (csak a szókincs, stílus, a hang és a mosoly hallható)	Nagyon gyors gondolkodást igényel
Írásos	Van idő gondolkodni	Igényesebb megfogalmazás szigorú normák betartása szükséges,
	Maradandó	Lassú reagálás

ÖNELLENŐRZŐ FELADATOK

1. feladat

Húzza alá a megfelelő állítást az alábbi kérdéssel kapcsolatban!

Amennyiben a próbavásárlás során kiderül egy munkatársról, hogy nem a megfelelő szinten nyújtotta a szolgáltatást, fegyelmi, munkajogi felelősségre vonás alkalmazható.

Hamis

Igaz

Indokolja meg választát!

<hr/> <hr/> <hr/>

2. feladat

Állapítsa meg, hogy az alábbi definíció helyes-e?

A CRM-rendszer egy olyan integrált informatikai rendszer, amely támogatja azokat a szervezett, összehangoltan irányított vállalati folyamatokat, amelynek középpontjában az ügyfél áll.

Hamis

Igaz

3. feladat

Magyarázza meg, hogy a személyes ügyfélkapcsolat esetén miért van előnyös helyzetben az, aki "hazai pályán" marad? Hogyan lehet megoldani, hogy ne legyen az egyik fél előnyösebb helyzetben, mint a másik?

<hr/> <hr/> <hr/>

MEGOLDÁSOK

1. feladat

A megállapítás hamis.

Indoklás:

A saját munkatársak ellenőrzése során arra mindig tekintettel kell lenni, hogy a próbavásárlás nem a fegyelmi, munkajogi felelősségre vonás eszköze. A próbavásárlás eredményeire alapozva történhet a szolgáltatások fejlesztése, képzési tervek kidolgozása, a technológiai leírások módosítása.

2. feladat

A helyes válasz Igaz.

3. feladat:

Mindig az a fél van előnyös helyzetben, aki "hazai pályán" marad, ezért előfordul, hogy a felek semleges terepet választanak a személyes találkozás helyszínéül. Fontos és bonyolult ügyekben a személyes találkozás a legeredményesebb kapcsolattartási forma.

AZ ÜGYFÉLKÖZPONTÚ SZEMLÉLET ÉS MAGATARTÁS

ESETFELVETÉS – MUNKAHELYZET

A gázzolgáltató. Valamelyik nap bedobtak egy papírt, hogy voltak órák leolvasni, illetve lettek volna, de nem voltunk otthon, szégyelljük magunkat. Hívjuk őket vagy írjunk, időpont-egyeztetés céljából. Amúgy pedig ha nem leszünk jó fogyasztók, akkor kikapcsolják a gázenergia szolgáltatást. A papíron jobb felül a gázcég logója, minden máshol egy xyz kft neve, e-mail címe. A leolvasást ugyanis kiszervezték, amiről valahogy nem kaptunk értesítést. Ahogy a leolvasásról sem, előzőleg. Pedig online ügyfelük vagyunk, tudják a mail címemet. Nem írnak, helyette fenyegetnek. Az egyszerűbb.

Ön hogy oldaná meg ezt a helyzetet?

SZAKMAI INFORMÁCIÓTARTALOM

1. Az ügyfél definíciója: Az ügyfél a termék végső felhasználója

Két **ügyfél típust** különböztetünk meg,

- a külső ügyfelet, akik a termék/szolgáltatás végfelhasználói, akikről bevételeink származnak:
 - Ő fizeti az Ön fizetését**
 - Az Ön szabadságát**
 - Az Ön hifitornyát**
 - Az Ön mikro sütőjét**
 - Az Ön GPS-ét**
 - Az Ön hobbiját**
 - Az Ön ételét**
 - Az Ön JÖVŐJÉT**
- a belső ügyfelet, akiktől a vállalati teljesítmény, a termék/szolgáltatás minősége függ. Az ügyfelekkel közvetlen kapcsolatban álló alkalmazottak csak abban az esetben tudják az ügyfeleket megfelelően kiszolgálni, ha a kezük alá dolgoznak.

A vállalatban belüli együttműködés és összhang hiánya az ügyfél által is észre vehető.

2. Az ügyfelek igényeinek meghatározása

A reális külső ügyfél igények és esetleges vágyak megismeréséhez

- a közvetlen ügyfél kapcsolaton keresztül történő direkt megkérdezés vezet a leghatékonyabban.
- jó módszer az is, amennyiben ügyfélszolgálatos, illetve értékesítő kollégáinkat kérdezzük meg az ügyfelek igényeiről, ők a közvetlen ügyfélkapcsolaton keresztül részletes információkkal rendelkeznek erre vonatkozóan. Ahhoz, hogy ez a felmérés sikerüljön alaposan fel kell készülnünk ügyfelünkől, és jó (helyénvaló) kérdéseket kell feltennünk neki.
- rendszeres (legalább éves) elégedettségi felmérések végzésével részletes információhoz juthatunk (írásos, telefonos, személyes kérdőív alapján)
- a piackutatások eredményeinek felhasználásával további információ gyűjthető
- a panaszok elemzésén keresztül is hatalmas információ mennyiséghez juthatunk
- fókuszcsoportos beszélgetésekkel

Összefoglalásként válasz a felvetett esetre

Az elégedettségi felmérések esetén a módszertan szerint a siker kulcsa a rendszeresség, és az átlag alatti pontszámok esetén kidolgozásra kerülő akcióterv, valamint annak maradéktalan végrehajtása minden évben.

A belső ügyfelek és saját munkatársak véleményének összegyűjtése is nagyon fontos, így ötleteket kaphatunk az együttműködés és a vezetés hiányosságainak kiküszöböléséhez.

Az ügyfelek típusainak meghatározása és igényeik felmérése a legelső és legfontosabb kiindulópont egy szervezet életében. Az ügyfél centrikus gondolkodás sikeressé teszi a szervezetet, mivel az fogékonnyá válik az ügyfelek által megfogalmazott észrevételekre, azokat akciók formájában ültetik át a mindennapi működésükbe. A legfontosabb az igények változásának folyamatos nyomon követése és a megfelelni akarás. Ehhez a vállalat vezetőségének teljes elkötelezettsége és következetessége szükséges!

3. Minőségi Ügyfélszolgálat – a versenyképesség eszköze

Néhány praktikus jó tanács:

- Nem elég kiváló ügyfélszolgálatot működtetni, láttatnunk kell magunkat az ügyfelek előtt! Amíg jól működik egy ügyfélszolgálat, fel sem tűnik, hogy van, az ügyfelek sokszor természetesnek veszik a minőségi kiszolgálást.
- Tájékoztassuk az ügyfeleket jogaikról!
- Készítsük el a szolgáltatási katalógust, amely tartalmazza szolgáltatásonként a vállalási határidőket is!
- Kárpótoljuk az ügyfelet, amennyiben nem megfelelő szolgáltatást nyújtottunk!
- Nyújtsunk ingyenes extra szolgáltatást (a kiemelt ügyfélkörnek!)
- Tegyük lehetővé a helyi tarifával működő telefonos megkeresést!

ÜGYFÉLKAPCSOLATI STRATÉGIA ÉS MISSZIÓ

- Rendszeresen mérjük elégedettségüket (és elégedetlenségüket)!
- Tájékoztassuk ügyfeleinket az elégedettségi felmérés eredményéről és tegyük nyilvánossá az akciótervet, mely tartalmazza a továbbfejlesztés irányát!
- Rendszeresen kérjünk ügyfeleinktől tanácsot új szolgáltatásaink bevezetése előtt és ha lehet, vonjuk be őket a tesztelésbe!

És mindez még nem elég, el is kell tudni adni az ügyfélszolgálatot az ügyfeleknek!

TANULÁSIRÁNYÍTÓ

1. feladat

Csoporttársaival együtt állítsák össze az alábbi cég ügyfélszolgálatának **küldetésnyilatkozatát**.

- Ehhez a munkához használják fel az Insedo kft alábbi üzleti ars poeticáját!
- Fogalmazzák meg, hogy mi a küldetésnyilatkozat!
- Fogalmazzák meg az ügyfélszolgálat küldetés nyilatkozatát! (Olyan legyen, hogy ki lehessen függeszteni az ügyfélszolgálaton!)
- Ellenőrizték, hogy az elkészített küldetés nyilatkozat összhangban van e a cég nyilatkozatával!
- A csoport egyik felkért tagja olvassa fel a kész nyilatkozatot!

"Minden fokon felsőfokon"

"insedo

Az Insedo Kft. a cégek oktatói, fordítási és HR specialistája. Az elmúlt 20 év során szerzett nyelvoktatói, humán ágazatvezetői, állami nyelvizsgáztatói és fordítói tapasztalattal a hátunk mögött alapítottuk meg cégünket, amely a mai üzleti világ igényeire specializálódott akkreditált képző intézmény, valamint nyelvi és HR szolgáltató.

Cégünk olyan komplex erőforrásokkal rendelkező központ, amelynek határozott célja olyan szolgáltatásokat nyújtani megbízói számára, amelyek elősegítik, biztosítják az egyén és a szervezet hatékony növekedését, fejlődését. Szolgáltatásainkat a gyorsaság, professzionalizmus, dinamizmus, pontosság, szakszerűség jellemzi.

A kimagasló minőségű szolgáltatással kivívott bizalom az Insedo Kft. ars poeticája, amely hosszú távú, kölcsönös, mindkét fél számára előnyös együttműködést eredményez. Olyan partneri viszonyt alakítunk ki megrendelőinkkel, amely során szolgáltatásaink minősége alapján keresnek meg bennünket, igényelve az Insedo Kft. minél teljesebb szolgáltatási spektrumát. Az Insedo Kft. szolgáltatási struktúrájának köszönhetően széles körben képes kielégíteni a Megrendelőinek igényeit.

2. feladat

A gyakorlat irányítója az alábbi táblázatban szereplő szavakat írja fel egy-egy darab különböző színű kartonpapírra, másoljon belőle annyi példányt, ahány 3 fős csoportot tudnak alkotni a résztvevők!

Vágja szét a szétválasztásnak megfelelően a szavakat és tegye bele a 22 kártyát egy-egy borítékba!

A csoporttársak alkossanak 3 fős csoportokat és önállóan rakják össze az összefüggő szöveget kártyánként!

EGYSZERŰ FELADATOKAT	KIVÁLÓAN	MEGOLDANI.
TÚLTELJESÍTENI	AZ ELVÁRÁSOKAT.	MINDEN EGYES ALKALOM
ÉRTÉKES LEHETŐSÉG	ÉS ÖSSZEFÜGG A TÖBBIVEL.	A LEGJOBBAT NYÚJTANI
VALAMENNYI ÜGYFÉLNEK.	ÚJABB ÉS ÚJABB	MÓDOT TALÁLNI ARRA, HOGY
ÖRÖMET SZEREZZÜNK	AZ ÜGYFÉLNEK.	ÖNMAGADAT IS
MEGLEPNI	AZZAL, HOGY	MILYEN SOKRA
VAGY KÉPES.	ÚGY GONDOSKODNI	AZ ÜGYFÉLRŐL,
MINT A SAJÁT NAGYMAMÁNKRÓL.		

MEGOLDÁSOK

1. feladat

Az INSEDO kft ügyfélszolgálat a szakma legjobb ügyfélszolgálataként a legkiválóbb szolgáltatást kívánja nyújtani megrendelőinek és élen jár ügyfeleinek napi igényei kielégítésében, az átfutási idők betartásában. A munkatársak folyamatosan fejlesztett tudásán keresztül a keresztértékesítés és a kintlévőségek behajtása területén nyújtott szolgáltatásaival segíteni kívánja a cég árbevételi tervének elérését.

2. feladat

Egyszerű feladatokat kiválóan megoldani. Túlteljesíteni az elvárásokat. Minden egyes alkalom értékes lehetőség és összefügg a többivel. A legjobbat nyújtani valamennyi ügyfélnek. Újabb és újabb módot találni arra, hogy örömet szerezzünk az ügyfélnek. Önmagadat is meglepni azzal, hogy milyen sokra vagy képes. Úgy gondoskodni az ügyfélről, mint a saját nagymamánkról.

ÖNELLENŐRZŐ FELADATOK

1. feladat

Válaszolja meg az alábbi kérdést:

Szükséges az ügyfelek tájékoztatása jogairól? Indokolja választát!

2. feladat

Egészítse ki az alábbi mondatot!

Az elégedettségi felmérések esetén a módszertan szerint a siker kulcsa a rendszeresség, és az átlag alatti pontszámok esetén kidolgozásra kerülő akcióterv, valamint annak.....

3. feladat

Ön egy ügyfélszolgálat munkatársa. Választott társával együtt játszanak el egy jelenetet!

Egyikük az ügyfélszolgálaton dolgozik, nagyon sok munkája van, de bejön önhöz egy belső hívás, egyik kollégája kér Öntől segítséget egy ügyfél kiszolgálásához. A kérdés az, hogy Szegeden és környékén hol vannak lakossági fiókok. Segítsen neki a probléma megoldásában! A kolléga szerepét játszó csoport tag értékelje az ügyfélszolgálatos viselkedését!

MEGOLDÁSOK

1. feladat

:Az ügyfelek tájékoztatása jogaikról szükséges és nagyon fontos, mivel a korrekt kiszolgáláshoz ez hozzátartozik. Nem élhetünk vissza azzal, hogy az ügyfelek **nem minden esetben ismerik jogaikat**.

2. feladat

Az elégedettségi felmérések esetén a módszertan szerint a siker kulcsa a rendszeresség, és az átlag alatti pontszámok esetén kidolgozásra kerülő akcióterv, valamint annak maradéktalan végrehajtása minden évben.

MUNKKANYAG

A SZERVEZET FELELŐSSÉGTELJES ÉS ELKÖTELEZETT KÉPVISELETE

ESETFELVETÉS – MUNKAHELYZET

Ügyfélként gyakran szembesülünk olyan helyzettel, amikor ügyfélszolgálati munkatársak **szidják a saját cégüket** egy-egy sok ügyfelet érintő hiba bejelentése során. Az is előfordul, hogy a cégen belüli másik szervezeti egységet nevezik meg hibásnak, és magukról **elhárítják a felelősséget**. Mi a teendő ezek elkerülése érdekében?

SZAKMAI INFORMÁCIÓTARTALOM

1. Az ügyfélszolgálat, mint a szervezet "arca"

Az ügyfélszolgálat a szervezet "arca" az ügyfél felé. Ennek értelmezésébe gyakran hiba csúszik, hiszen nehéz olyan dologért a felelősséget vállalni, sőt mi több még elnézést is kérni a történetekért, amikor személyesen nem vettünk részt annak a hibának az előidőzésében.

- Az ügyfélszolgálat működésén keresztül az ügyfél véleményt alkot az egész cégről, megállapítja annak ügyfélközpontúságát.
- A leggyakrabban előforduló hiba a reklamáció kezeléskor a felelősség elhárítása, az ügyfél passzolgatása, a reklamáció megoldásának és az ügyfél tájékoztatásának hiánya.
- Az ügyfélszolgálatnak minden nap aktívan tennie kell azért, hogy a hibák kevésbé észrevehetőek, elviselhetőbbek legyenek az ügyfelek részére. Ennek érdekében mozgósítania kell a szervezet egyéb, gyakran az ügyfelekkel egyáltalán nem találkozó egységeit, és közvetítenie kell az ügyfelek elvárásait, valamint segédkeznie kell a hibák feltárásában, tendenciáinak vizsgálatában, a megoldások megtalálásában és az ügyfelek tájékoztatásában.
- Ennek érdekében statisztikákat kell készítenie, a tendenciákat követnie és rendszeresen elemeznie szükséges, hibafeltáró megbeszéléseket szükséges szerveznie a szervezeten belül az illetékesek teljes körű bevonásával, segédkeznie kell a hiba elhárítását célzó akciótervek összeállításában és végrehajtásában, a szükséges ügyfél kommunikáció elkészítésében és megvalósításában.

Összefoglalásként válasz a felvetett kérdésre:

Az ügyfélszolgálatnak mindennapos dolga, hogy a hibákat feltárja, továbbítsa a szervezet többi szervezeti egysége felé és ha már bekövetkezett a sajnálatos hiba, akkor elnézést kell kérnie az elkövetett hibáért a cég nevében.

2. A munkatársakkal szemben támasztott Elvárások – Az ügyfélközpontú szemlélet és magatartás megnyilvánulása a szervezet képviselőjében

Vevőink teljes elégedettségének elérése

Tulajdonosaink érdekeinek képviselete

A cég/intézmény megtestesítése

A minőség iránti elkötelezettség, a minőségi munkavégzéshez szükséges ismeretek megszerzése és alkalmazása

3. Az ügyfélszolgálati munkakörre megfelelő személyiség kiválasztása

- Az ügyfélszolgálati munkakör betöltéséhez leginkább a személyközi kapcsolatok kialakítása területén használt képességek magas szintje szükséges, mint a: kommunikációs képesség, egyenrangú kapcsolat megteremtésének képessége, stresszhelyzetek kezelésének képessége, kompromisszumkészség, érdekérvényesítő képesség, problémaérzékenység és problémamegoldó készség, megoldás orientáltság empátiás készség, együttműködési képesség, szervezőkészség, felelősség vállalás, önbizalom, önismeret, döntési képesség, konfliktus kezelési képesség, optimizmus, kiegyensúlyozottság.
- Tulajdonságait illetően az ilyen ember barátságos, gyors, szeret segíteni, derűlátó, figyelmes, kreatív, mikor segíteni kell, nem adja fel, kiegyensúlyozott, becsületes és igazságos.

A legsikeresebb ügyfélszolgálatos az, akinek alap mentalitásában megtalálható a segítségnyújtás szándéka, és az empátia, aki minden erőlködés nélkül képes az egyenrangú kapcsolatok kialakítására, nem törekszik sem fölérendelt, sem túlzottan alárendelt kapcsolat kialakítására. Figyelem, a helyes hozzáállás nem tanítható, de a következetes vezetői elvárás nagyon sokat javíthat a kollégák hozzáállásán!

TANULÁSIRÁNYÍTÓ

1. feladat

- Az ügyfélszolgálati munkatárstól nagyon sokat várnak el az ügyfelek és főnökeik. Figyelmesen olvassa el az alábbi táblázatban felsorolt készségeket és tulajdonságokat és tegye fel magának a kérdést: "Ilyen vagyok én?"

ÜGYFÉLKAPCSOLATI STRATÉGIA ÉS MISSZIÓ

- Foglalja írásba és írja mellé akciótervét, ami azt tartalmazza, hogy mi kellene ahhoz, hogy a hiányzó készségeket megszerezze!

Készség	Rendelkezem	Nem rendelkezem	Teendő
Kommunikációs készség			
Egyenrangú kapcsolat megteremtése			
Stresszhelyzet sikeres kezelése			
Kompromisszum készség			
Probléma érzékenység			
Probléma megoldó készség			
Empátia			
Együttműködési készség			
Felelősség vállalás			
Szervező készség			
Döntési készség			
Önbizalom			
Önismeret			
Konfliktus kezelési készség			
Kiegyensúlyozottság			
Optimizmus			
Tulajdonság	Rendelkezem	Nem rendelkezem	Fejleszthető?
Barátságos			
Gyors			
Szeret segíteni			

Derülátó			
Figyelmes			
Kreatív, mikor segíteni kell			
Nem adja fel			
Kiegyensúlyozott			
Becsületes			
Igazságos			

2. feladat:

A fenti táblázatokban lévő képességek és tulajdonságok alapján kisebb, 4-5 fős csoportokban rajzolják le az ideális ügyfélszolgálatos képét és az eredményt ismertessék a csapatok megbízottjai!

A legjobb rajzokat függesszék ki az osztályterembe!

ÖNELLENŐRZŐ FELADATOK

1. feladat

Egészítse ki az alábbi mondatot!

Az ügyfélszolgálatnak mindennapos dolga, hogy a hibákat feltárja, továbbítsa a szervezet többi szervezeti egysége felé és ha már bekövetkezett a sajnálatos hiba, akkor _____

2. feladat

Állapítsa meg, hogy az alábbi állítás igaz, vagy hamis?

A legsikeresebb ügyfélszolgálatos az, akinek alap mentalitásában megtalálható a segítségnyújtás szándéka, és az empátia, aki minden erőlködés nélkül képes az egyenrangú kapcsolatok kialakítására, nem törekszik sem fölérendelt, sem túlzottan alárendelt kapcsolat kialakítására

Igaz

hamis

MEGOLDÁSOK

1. feladat

Az ügyfélszolgálatnak mindennapos dolga, hogy a hibákat feltárja, továbbítsa a szervezet többi szervezeti egysége felé és ha már bekövetkezett a sajnálatos esemény, akkor **elnézést** kell kérnie az elkövetett hibáért a cég nevében.

2. feladat

igaz

MUNKANYELVI

FORMAI ÉS TARTALMI SOKSZÍNŰSÉG, KULTURÁLIS ÉS ETIKAI KÉRDÉSEK

ESETFELVETÉS – MUNKAHELYZET

Az ügyfélszolgálati munkatárs a cég képviselője, a vállalati kultúra közvetítője, az az ember, akivel szemtől szembe találkozik az ügyfél. Egész megjelenésével, minden szavával és mozdulatával – és természetesen annak hiányával is kommunikál, befolyásol, megerősít és figyelmen kívül hagy. Nagyon nagy a felelősség.

Milyen kulturális és etikai kérdések merülnek fel?

Arra keressük a választ, hogy hogyan igazíthatná el újonnan belépő munkatársát ezekben a kérdésekben?

SZAKMAI INFORMÁCIÓTARTALOM

1. AZ ÜGYFÉLSZOLGÁLATOSOK ETIKAI KÓDEXE

SZEMÉLYES KOMMUNIKÁCIÓ ESETÉN

- Éljük bele magunkat ügyfelünk helyébe, neki fontos a velünk való találkozás!
- Lássuk magunkat az ő szemével, fogadjuk a legnagyobb tisztelettel!
- Koncentráljunk testbeszédünkre is, az információk több mint fele így jut el ügyfelünkhöz!
- Ne csak a szavainkra vigyázzunk, hanem figyeljük gesztusainkat, minden apró rezdülésünkre, mosolyunkra!
- Ne együnk a nyitott térben és ne telefonálgassunk, hanem álljunk rendelkezésre!
- Ne várankoztassuk az ügyfeleket feleslegesen!

TELEFONOS KOMMUNIKÁCIÓ ESETÉN

BEJÓVÓ HÍVÁS ESETÉN

- Figyeljünk arra, hogy a telefonbeszélgetés során csak a hangélmény dönt a kommunikáció sikeréről!
- Érezzük bele magunkat az ügyfél helyzetébe, (ami nem könnyű, hiszen nem látjuk sem őt személyesen, sem a körülményeket), amelyek közepette telefonál!

- Mérjük fel, hogy milyen lelki állapotban van, dühös-e, fáradt-e?
- Kérdezzünk minél többet, hallgassuk meg válaszait figyelmesen, hogy mindent megtudjunk, ami fontos!
- A beszélgetés során alkalmazkodjunk az ő stílusához, így jobban meg fogjuk érteni egymást!
- Irányítsuk a beszélgetést és figyeljünk a háttérzajokra is!
- A beszélgetés befejezése után sem illik lehülyézni és egyéb módon szidalmazni az ügyfelet, ez esetleg behallatszik a másik beszélgetésbe, vagy a mi ügyfelünk hallhatja meg, amíg letesszük a kagylót!
- Használjuk fel a beszélgetés során azokat az adatokat, amiket a call center technika biztosít (információ ügyfelünkről, arról, hogy hány percet várákozott, miről szólt az utolsó hívása, stb.
- Kérjünk elnézést, ha többet kellett várákoznia – ilyenkor kezdjük ezzel a beszélgetést!

KIMENŐ HÍVÁSOK ESETÉN

- Ne zavarjunk alkalmatlan időpontban!
- A gyerekek tabuk!
- Mindig azonosítsa magát, mondja el a saját és cége nevét is!
- Alkalmazkodjunk az ügyfél igényeihez, tempójához!
- Kerüljük a személyeskedős, intim kérdéseket!
- Ha a helyzet vagy más körülmény alapján úgy érezzük, hogy nem alkalmas a beszélgetés lefolytatására, ajánljuk fel a visszahívást!
- Ha 5 percnél hosszabb előreláthatólag a beszélgetés, tájékoztassa erről az ügyfelet előre!

ÍRÁSOS KOMMUNIKÁCIÓ ESETÉN

- A gyors reagálás itt is nagyon fontos! Minden levélre válaszolni kell!
- Ügyeljünk a szakmai részletekre, a stílusra, olvassuk el a választ, mielőtt elküldjük!
- Ne használjunk körmondatokat, formális, merev sablon mondatokat, hanem legyünk írásban is tényyszerűek, de barátságosak!

ÁLTALÁNOS SZABÁLYOK

- Tilos a céget, vagy kollégánkat szidalmazni!
- Két ember között a legrövidebb út a mosoly, bátran gyakorold, a telefonban is hallatszik!
- Tilos az ügyfelet küldözgetni és "lerázni"!
- Érkezzünk időben munkahelyünkre, hiszen várnak minket az ügyfelek!
- Tartsuk be a szüneteket, legyünk tekintettel ügyfeleinkre és kollégáinkra!
- Figyeljük a bejövő hívásokat és kezeljük prioritással az ügyfelek kéréseit!
- Az ügyfélszolgálat csapatmunka, nincs helye az információ visszatartásának!
- Segítsünk kollégánknak, akkor elvárhatjuk, hogy mások ugyanígy tesznek majd!
- Ha egy kérdésre problémára nem tudunk válaszolni, vagy a problémát megoldani, kérjünk segítséget, és utána tanuljunk belőle, szerezzünk több információt!

Összefoglalásként válasz a felvetett esetre:

Az ügyfélszolgálatos munka fegyelmet feltételez, és rendkívüli odafigyelést. Ha a kódexet betartjuk, biztosak lehetünk abban, hogy sikerülni fog megtartani ügyfeleinket.

2. Kulturális kérdések

Az ügyfélszolgálaton nemzetiségtől, nemtől, politikai hovatartozástól, bőrszíntől függetlenül kell kiszolgálni az ügyfeleket, nem tehetünk köztük különbséget.

Amennyiben az ügyfél más nemzetiségű és nehezen beszél, vagy érti nyelvünket, lehetőség szerint meg kell találni a közös nyelvet, amelyet mindketten értünk.

Amennyiben külföldi cégnél dolgozunk és nemzetközi ügyfeleket szolgálunk ki, olvassunk utána az érintett ország(ok) szokásainak, kulturális szokásainak, elterjedt viselkedési normáinak!

TANULÁSIRÁNYÍTÓ

1. feladat:

Szerepjáték: Csoporttársával együtt játsszák el a tapasztalt és tapasztalatlan munkatárs szerepét!

Az egyik résztvevő egy telefonos ügyfélszolgálat régi, tapasztalt munkatársa. Az ügyfélszolgálatra új munkatárs érkezik. Önnek adták ki azt a feladatot, hogy mentorként foglalkozzon vele. Ismertesse az ügyfélszolgálat általános szabályait!

A másik résztvevő az új belépő. Tegyen fel kérdéseket a tapasztalt kollégának a szabályokkal kapcsolatban! Ha minden kérdésére választ kapott, összegezze a legfontosabb szabályokat!

MEGOLDÁSOK

1. feladat

- Tilos a céget, vagy kollégánkat szidalmazni!
- Két ember között a legrövidebb út a mosoly, bátran gyakorold, a telefonban is hallatszid!
- Tilos az ügyfelet küldözgetni és "lerázni"!
- Érkezzünk időben munkahelyünkre, hiszen várnak minket az ügyfelek!
- Tartsuk be a szüneteket, legyünk tekintettel ügyfeleinkre és kollégáinkra!
- Figyeljük a bejövő hívásokat és kezeljük prioritással az ügyfelek kéréseit!
- Az ügyfélszolgálat csapatmunka, nincs helye az információ visszatartásának! Segítsünk kollégáinknak, akkor elvárhatjuk, hogy mások ugyanígy tesznek majd!
- Ha egy kérdésre problémára nem tudunk válaszolni, vagy a problémát megoldani, kérjük segítséget, és utána tanuljunk belőle, szerezzünk több információt!

2. feladat

- Éljük bele magunkat ügyfelünk helyébe, neki fontos a velünk való találkozás (eddig más csatornán csak a bolondot járatják vele)!
- Lássuk magunkat az ő szemével, fogadjuk a legnagyobb tisztelettel!
- Kérjük tőle elnézést!
- Koncentráljunk testbeszédünkre is, az információk több mint fele így jut el ügyfelünkhöz!
- Ne csak a szavainkra vigyázzunk, hanem figyeljük gesztusainkat, minden apró rezdülésünkre, mosolyunkra!
- Ne együnk a nyitott térben és ne telefonálgassunk, hanem álljunk rendelkezésre!
- Ne várokoztassuk az ügyfeleket feleslegesen!

ÖNELLENŐRZŐ FELADATOK**1. feladat**

Válaszoljon az alábbi kérdésre! A három lehetséges válasz közül húzza alá a megfelelőt!

Ön egy telefonos értékesítéssel foglalkozó cég munkatársa. Feladata az, hogy magánügyfeleket keressen meg befektetési ajánlatokkal és az eredményt regisztrálja. Délelőtt nem működött a rendszer, ezért a napi időarányos kimenő hívás számot nem tudta eddig teljesíteni. Délután 1 óra van. Hány órakor kezdi a kimenő hívásokat? Válaszát indokolja is meg!

Azonnal bekapcsolja a rendszert, hogy adja az első hívást

Befejezi az előző napi adag regisztrálását, kigyűjti a visszahívandó ügyfeleket és 3 óra után kezdi a kimenő hívásokat

Beszélget kicsit kollégájával és 3 óra után kezdi el a kimenő hívásokat

Válasz: _____

Indoklás: _____

2. feladat

Melyik eset minősül a kettő között **indokolatlan várankoztatásnak** az alábbiak közül? Húzza alá a megfelelő választ!

- Az előző ügyfél kiszolgálását végzi
- Az előző ügyfél kiszolgálásával kapcsolatos adminisztrációs tevékenységet végzi
- Magán beszélgetést folytat mobil telefonján hosszadalmasan

3. feladat

Ön egy szolgáltató cég munkatársa. A feladata az, hogy külföldieket tájékoztasson Budapest látványosságait illetően, különös tekintettel a belvárosból induló kiránduló hajót kell, hogy népszerűsítse. Egy koreai házaspár fordul Önhöz kérdéseivel, angolul beszélnek ugyan, de nagyon alap szinten.

Hogy magyarázza el nekik a hajó indulását és a jegyvétel lehetőségét?



MEGOLDÁSOK

1. feladat

A helyes válasz: Befejezi az előző napi adag regisztrálását, kigyűjti a visszahívandó ügyfeleket és utána kezdi a kimenő hívásokat, mivel ebéd utáni pihenő időben nem illik magánügyfélnek telefonálni.

2. feladat

A helyes válasz: Magán beszélgetést folytat mobil telefonján hosszadalmasan

3. feladat

Türelemmel fordul hozzájuk és visszakérdez, hogy pontosan értette-e a kérdést

Lassan beszélve elmagyarázza nekik a teendőket, fel is írja a fő paramétereket (ár, indulás időpontja) és egy térképen bejelöli a helyet

MUNKKAMINTA

IRODALOMJEGYZÉK

FELHASZNÁLT IRODALOM

John Wellemin: Az ügyfél szolgálatában.

Bohnné Keleti Katalin: Elégedett az ügyfél? Az ügyfél-elégedettség elméleti és gyakorlati alapjai

Humán Erőforrás Alapítvány, Személyes, ügyfél kommunikáció, tankönyvpótló jegyzet

<http://penz.transindex.ro/?cikk=4954>

<http://probavasarlás.lap.hu/>

www.insedo.hu

A(z) 2567-06 modul 002-es szakmai tankönyvi tartalomeleme felhasználható az alábbi szakképesítésekhez:

A szakképesítés OKJ azonosító száma:	A szakképesítés megnevezése
52 347 03 0100 31 02	Telefonkezelő, ügyféltájékoztató
52 347 03 0100 52 01	Telemarketing asszisztens
52 347 02 0000 00 00	Személyes ügyfélszolgálati asszisztens
52 347 03 0000 00 00	Telefonos és elektronikus ügyfélkapcsolati asszisztens

A szakmai tankönyvi tartalomelem feldolgozásához ajánlott óraszám:

16 óra

MUNKANYAG

MUNKANYAG

A kiadvány az Új Magyarország Fejlesztési Terv
TÁMOP 2.2.1 08/1-2008-0002 „A képzés minőségének és tartalmának
fejlesztése” keretében készült.

A projekt az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap
társfinanszírozásával valósul meg.

Kiadja a Nemzeti Szakképzési és Felnőttképzési Intézet
1085 Budapest, Baross u. 52.

Telefon: (1) 210-1065, Fax: (1) 210-1063

Felelős kiadó:
Nagy László főigazgató