



Máme na to

★ Kompetence k uspokojování zákaznických potřeb představuje **zájem a úsilí** zaměřené na zjišťování a **uspokojování potřeb** našich **vnějších i vnitřních klientů**. Otestujte si, nakolik jste zákaznický orientovaní.

- Líbí se mi pracovat s lidmi.
- Víc poslouchám než mluvím.
- Důležitější, než prodat, je, aby se klient vrátil.
- Dovedu dobře odhadnout, co druzí potřebují.
- Snažím se vycházet lidem vstříc.
- Přemýšlím nad tím, co by mohlo mé klienty popuzovat nebo odradit.
- Snažím se, aby kolegové či nadřízení nepoznali, že mne občas svými požadavky obtěžují.
- Přemýšlím, jak svou službu upravit tak, aby co nejlépe vyhovovala danému člověku.
- Věci se dají vždycky udělat tak, aby byly spokojeny obě strany.
- Práce se zákazníkem je o budování vztahu – snažím se při své práci vztahy budovat

VYHODNOCENÍ:

méně než 4x ANO – pro vás nejspíš platí, že raději pracujete sám/a než s lidmi. Styku s vnitřními či vnějšími klienty se dnes nevyhne nikdo. Abyste udržel/a krok s dobou, budete na sobě muset trochu zapracovat.

5-8x ANO – lidem kolem sebe se snažíte být užiteční. Druhým vycházíte vstříc, své služby upravujete podle potřeb zákazníků. Máte velký potenciál stát se vynikajícím prodejcem, stačí už jen málo.

9-10x ANO – je radost být vaším zákazníkem či spolupracovníkem. Snažíte se poradit, pomoci, dát něco navíc. Je pro vás přirozené nabízet stále nové služby, přilákat další zákazníky a udržet ty stávající. Jen tak dál!

Požadavky trhu práce a s nimi i nároky zaměstnavatelů zaznamenaly v průběhu minulých let výrazné změny. Dříve kladli personalisté důraz téměř výhradně na odborné znalosti uchazečů, dnes je víc a víc zajímaví tzv. měkké dovednosti neboli kompetence. Řada lidí – nezaměstnaných, absolventů škol i zaměstnanců – má víceméně dobrý odborný základ pro vykonávání příslušných profesí, avšak úroveň zvládnutí klíčových kompetencí už tak dobrá není. Přitom jsou to právě tyto kompetence, které jsou jedním z hlavních faktorů úspěšnosti na trhu práce.

Kompetence jsou vlastnosti a dovednosti, které nelze zahrnout do odborné kvalifikace. Je to soubor vědomostí, dovedností a postojů, který je univerzálně použitelný a přenosný, a které potřebuje každý člověk pro zapojení se do společnosti, pro své osobní naplnění a úspěšnou zaměstnatelnost.

Kontakt:

RPIC-ViP

Výstavní 2224/8, 709 00 Ostrava
telefon: 596 616 794, 606 748 429
www.mamenato.cz

Tento projekt je spolufinancován
Evropským sociálním fondem EU
a státním rozpočtem České republiky.

KOMPETENCE
EQUAL

RPIC ViP
REGIONÁLNÍ PORADENSKÉ A INFORMAČNÍ CENTRUM

REGIONÁLNÍ
ZAMĚSTNANECKÁ
AGENTURA



**Kompetence k uspokojování
zákaznických potřeb
(orientace na zákazníka)**

aneb

**CO PRO VÁS
MOHU UDĚLAT**

Kompetence k uspokojování zákaznických potřeb

✦ Zákazníci jsou klíčovou složkou každého podnikání a v širším kontextu i celé společnosti. Dnešní doba s sebou nese značnou konkurenci a to, zda je zákazník spokojen, výrazně určuje to, zda firma, případně její zaměstnanec uspěje, či nikoli. Orientace na zákazníka je imperativem doby.

✦ Kdo všechno je zákazník

Řekne-li se zákazník, většinou nás nejspíš naběhne jako první představa zákazníka v obchodě. V roli toho, kdo něco dělá pro zákazníky se však ocitáme daleko častěji, mnohdy i v situacích, kdy si to plně neuvědomujeme. Našimi zákazníky jsou všichni naši klienti – osoby, firmy, někdy dokonce stát. Zákazníkem v klasickém slova smyslu jsou firmy, které mezi sebou obchodují a dosahují tak svých plánovaných cílů. Zákazníky jsou občané na úřadech, protože správná veřejná správa je o službě občanovi a občan si tuto službu platí ze svých daní. Zákazníkem je pacient u lékaře, žák ve škole a jeho rodiče, našimi zákazníky jsou naši nadřízení a kolegové, se kterými spolupracujeme, v jistém smyslu lze dokonce i na manželství pohlížet jako na obchodní vztah mezi mužem a ženou, kdy každá strana nabízí nějaký produkt. Často nás ani nenapadne o těchto skupinách lidí uvažovat jako o svých zákaznících. Zařadíme-li však do svého jednání základní prvky zákaznický orientovaných postojů, bude konečný přínos na všech stranách, získají nejen naši klienti, celá firma, ale právě i my samotní.

Zákaznická orientace představuje zájem o to, co zákazník ve skutečnosti potřebuje, a úsilí o naplnění těchto jeho potřeb. Zákaznický orientovaný člověk se dovede zákazníkovi přizpůsobit, upravit služby nebo produkt podle jeho potřeb. Vychází svým zákazníkům vstříc, dokáže se vcítit do toho, co chtějí, dělat věci v zájmu ostatních. To v sobě nese také umění ovládnout momentální pocity nelibosti vůči osobě zákazníka nebo jeho požadavkům. Dovede užívat takové vyjednávací strategie, aby v závěru byly spokojeny všechny strany (strategie win-win), umí najít kompromis mezi potřebami firmy (popř. svými) a potřebami zákazníka.

Pro tuto kompetenci je důležitá také snaha o následnou péči o zákazníka, tak, aby měli naši klienti chuť se k nám vracet.

✦ Trénink kompetence k uspokojování zákaznických potřeb

Trénink je orientován výhradně prakticky a využívá interaktivní metodu výuky se zapojením všech účastníků. Metodika vychází z principů efektivního učení dospělých. Důraz je kladen na aktivitu účastníků, spolupráci, komunikaci, a nikoliv klasickou formu výkladu nebo přednášky.

V jeho průběhu se účastníci naučí:

- určit jednotlivé své zákazníky a navrhnout konkrétní změny, které by zlepšily spolupráci
- znát rozdílné potřeby různých typů zákaz-

níků, uvědomí si, že výrobky a služby mají své charakteristické znaky a užitek, který je pro zákazníky při jejich volbě klíčovým

- znaky optimální péče o zákazníka a význam základních kroků jednání se zákazníkem
- prakticky zvládnou vybrané nástroje a metody umožňující přenést požadavky svých zákazníků do interakcí, které s nimi mají
- budou motivováni k dalšímu prohlubování a rozvíjení své zákaznické orientace

Kompletní **tréninkový program** se skládá ze tří samostatných modulů, každý z nich je ušit na míru dané úrovni kompetence. Každý z modulů obnáší tři tréninkové dny o celkovém rozsahu minimálně 20 hodin.

Před započítáním tréninku budou účastníci rozděleni do tří skupin podle toho, jak rozvinutá jejich kompetence je. Cílem každého modulu je „posunout“ účastníka na vyšší úroveň kompetence k orientaci na uspokojování zákaznických potřeb.

V průběhu tréninku lze využít i interaktivní výukový videoprogram, který rozšiřuje trénink ještě i o další dimenze kompetence k zákaznické orientaci.

Trénink lze objednat na kontaktu uvedeném na zadní straně tohoto letáku.

