

## „Pierwsza linia” – szkolenia dla zespołów obsługi klienta i sprzedaży

W ostatnim artykule poruszaliśmy temat szkolenia dla poszczególnych grup pracowników. Dziś chciałabym zająć się tematem szkoleń dla pracowników pierwszej linii kontaktu – dla doradców i konsultantów.

Jest to bardzo szczególna grupa osób, które są zawsze na „pierwszej linii frontu”. To jedna z najważniejszych grup. Wszyscy wiemy przecież dlaczego. To właśnie oni rozmawiają, obsługują, sprzedają i utrzymują klienta. Co ważne – ta grupa pracowników tworzy w oczach klienta obraz naszej firmy. Niejednokrotnie to na podstawie rozmów z pracownikami biur obsługi klienta, działów obsługi, infolinii czy zespołów wykonujących zlecenia telemarketingowe klienci kształtują sobie obraz naszej organizacji. Sami tego doświadczamy na co dzień. kontaktując się z różnymi firmami poprzez zdalne kanały komunikacji. Czy obsługa jest profesjonalna? Jakie jest podejście do klienta? Czy firma wychodzi naprzeciw oczekiwaniom swoich klientów? Czy potrafi zadbać o wszystkie aspekty współpracy? W jaki sposób rozmawia się z klientem?

Są organizacje, które kontaktują się z klientem wykorzystując swoje wewnętrzne zasoby. To pierwsza grupa firm. Drugą zaś stanowią firmy, które zlecają tego rodzaju usługi zewnętrznym podmiotom. Najczęściej są to firmy outsourcingowe, które realizują w obrębie swojej organizacji kilka projektów dla różnych grup klientów.

Dziś chciałabym pochylić się nad pierwszą grupą.

Firmy, które przy wykorzystaniu wewnętrznych struktur realizują obsługę klienta i sprzedaż. Najczęściej są to wydzielone jednostki organizacyjne, które są nadzorowane przez lidera lub kierownika projektu. Szkolenia dla tej grupy są często ograniczone do standardowych kwestii:

- a) Profesjonalna obsługa klienta;
- b) Język korzyści;
- c) Badanie potrzeb;
- d) Zbijanie obiekcji;
- e) Finalizacja sprzedaży.

Czy są to szkolenia wystarczające, by w pełni profesjonalnie obsługiwać klienta? Tematycznie zapewne tak. Od kilkunastu lat przyglądam się tematowi i formom szkolenia konsultantów. Rzeczywiście, bywają firmy, które bardzo dużą wagę nadają szkoleniom z miękkich umiejętności. Szkołą własnymi zasobami, ustalają odpowiednie procedury działania i skrypty. Mają wydzielone zespoły szkoleniowe, trenerów. Są to ludzie, którzy niejednokrotnie nie przechodzili żadnych dodatkowych kursów i szkoleń z zakresu prowadzenia warsztatów i treningów. Często – zostali awansowani ze względu na swoje umiejętności sprzedażowe. Wielokrotnie spotkałam się z takimi sytuacjami, gdzie trener – wcześniej świetny sprzedawca – nie potrafi przekazać tego, co umie. Jego szkolenia są nudne, pełne teorii. Urozmaiczone jedynie



prostymi scenkami symulowanymi. Po 5 godzinach słuchania, uczestnicy szkolenia nie są w stanie już przyswajać wiedzy. Kończy się ich kreatywność i zaangażowanie. Powszechnie jest także stwierdzenie, że skoro trener sam był dobrym sprzedawcą, z łatwością przekaże wiedzę nowym osobom. Nic bardziej mylnego. To banał, co teraz napiszę, ale trener to przecież nauczyciel. To osoba, która swoim entuzjazmem, zaangażowaniem i przede wszystkim wiedzą, powinna zarażać. Jego umiejętności interpersonalne i komunikacyjne muszą być na najwyższym poziomie. Tworzony przez niego program szkoleniowy musi być dostosowany do grupy i jej potrzeb.

Jakiś czas temu uczestniczyłam w szkoleniu wstępnym dla nowej grupy konsultantów w jednej z firm, dla których przygotowywałam audyt operacyjny. Trener miał przeszkolić 5 nowych osób z umiejętności miękkich. Średnia wieku osób na sali szkoleniowej – 45 lat. Otwierają się drzwi, wchodzi młody człowiek ubrany w jeansy i bluzę (na szczęście bez kaptura). Przedstawia się. Jest trenerem od kilku miesięcy. Szybko biegnie z tematami, pomija niektóre kwestie. Ćwiczenia polegają na stworzeniu przez uczestników kilku zdań i przedstawieniu ich na forum. Język prowadzącego pozostawiał wiele do życzenia. Było w nim dużo paramowy, błędów stylistycznych, nowomowy. Strój, komunikacja i tempo pracy nie były dostosowane do uczestników szkolenia. Opisana przeze mnie scenka zapewne wielu z Państwa jest znana. Nowo awansowany młody człowiek chciał jak najlepiej wykonać swoją pracę. Nie mam co do tego wątpliwości. Zastanawiałam się jednak dlaczego ten młody chłopak jest na tym miejscu. Zadałam to pytanie osobie odpowiedzialnej za zespół trenerów. Odpowiedź nie zdziwiła mnie. Został awansowany, ponieważ miał bardzo dobre wyniki sprzedażowe. Organizacja znalazła mu nowe miejsce w swoich strukturach, ponieważ wyróżniał się swoimi umiejętnościami. Prosił o awans. Nie miał żadnego przygotowania, szkolenia, wsparcia merytorycznego. Sam uczestniczył w swojej karierze w 2 szkoleniach wewnętrznego działu szkoleń.

Wszyscy wiemy, że zmieniają się trendy na rynku. Zmienia się klient, tym samym sprzedaż i obsługa też powinna ewaluować. Są nowe techniki sprzedażowe. Nowe spojrzenie na obsługę i sprzedaż. Dział szkoleń w każdej firmie powinien zadbać także i o doszkalanie swoich pracowników. O monitorowanie tego, co dzieje się na rynku szkoleniowym. Od czasu do czasu sięgnąć po szkolenia z firmy zewnętrznej, która zajmuje się na co dzień realizacją szkoleń dla cc.

Znam firmy, które rozumiejąc fakt konieczności wykonywania szkoleń dla zespołów obsługi klienta – szukają pomocy w zewnętrznych firmach szkoleniowych. Bardzo się cieszę z tego trendu, który jest coraz bardziej widoczny na rynku. Zgodnie z nim, szkoleniami zajmują się zespoły profesjonalnych trenerów. Firm szkoleniowych jest coraz więcej na rynku. Jak wybrać tę najlepszą dla mojej firmy? Najważniejsze, by szkolenie poprzedzone było badaniem potrzeb nie tylko samej organizacji, ale i grupy dla której szkolenie ma zostać przeprowadzone. Konieczne jest zatem przeprowadzenie:

- audytu rozmów;
- rozmowy z kierownikiem zespołu;



- rozmowy z kilkoma przedstawicielami zespołu

Podsumowując – trzeba spojrzeć z dystansem na własne zasoby szkoleniowe. Zastanowić się nad ich umiejętnościami – czy nie potrzebują wsparcia, doszkolenia, powiewu świeżości i nowych technik?

Następnie trzeba zastanowić się nad potrzebami szkoleniowymi. Trzeba porozmawiać z konsultantami, kierownikami, liderami, działem HR. Kolejny krok – firma szkoleniowa. Może warto zwrócić się z prośbą o polecenie do innych firm? A może do organizacji zupełnie obiektywnej, której zadaniem jest wspieranie rozwoju branży cc, by poleciła firmę szkoleniową? Można też poszukać samemu, wysłać zapytania ofertowe. Jest wiele możliwości. Wystarczy tylko poszukać i wybrać najlepsze rozwiązanie dla firmy. Najpierw jednak należy uświadomić sobie samą potrzebę doskonalenia umiejętności konsultantów a także osób, które przeprowadzają szkolenia wewnątrz firmy.

*autor : Beata Szykowska, Dyrektor ds. Szkoleń w spółce cc-academy sp .z.o.o*