

Corso Front Line

Formazione Responsabili
e Addetti



Obiettivi

La progettazione del percorso formativo è svolta ad-hoc per le aziende clienti con più partecipanti

Sviluppare sensibilità per la cultura della qualità

Far comprendere il rapporto tra **qualità del servizio** e qualità delle risorse umane

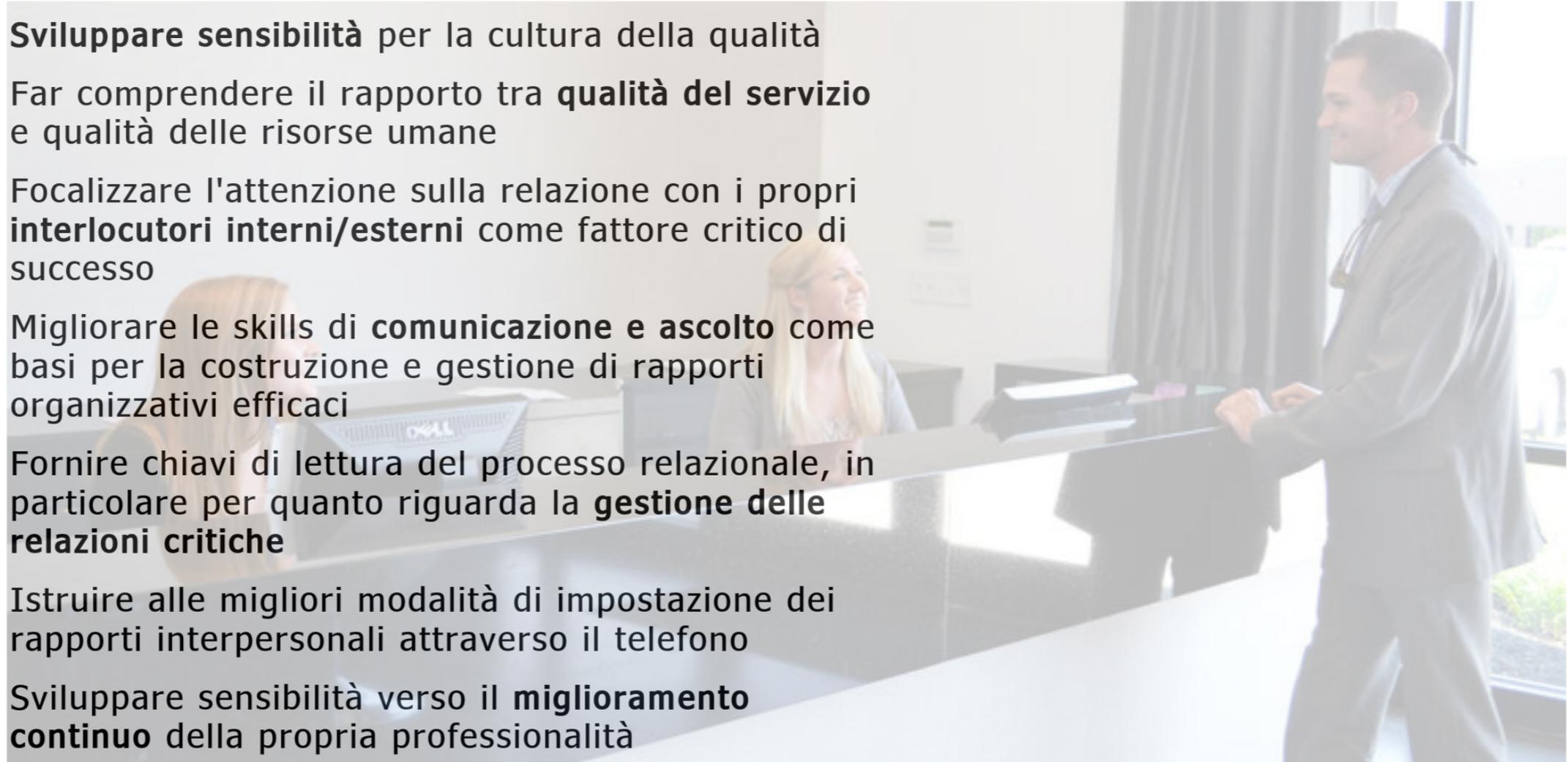
Focalizzare l'attenzione sulla relazione con i propri **interlocutori interni/esterni** come fattore critico di successo

Migliorare le skills di **comunicazione e ascolto** come basi per la costruzione e gestione di rapporti organizzativi efficaci

Fornire chiavi di lettura del processo relazionale, in particolare per quanto riguarda la **gestione delle relazioni critiche**

Istruire alle migliori modalità di impostazione dei rapporti interpersonali attraverso il telefono

Sviluppare sensibilità verso il **miglioramento continuo** della propria professionalità





Target

I contenuti didattici illustrati nelle pagine successive sono orientativi e possono essere adeguati alle specifiche esigenze delle aziende clienti

L'intervento formativo è rivolto a **supervisor** ed **addetti al front line** i quali intendono acquisire consapevolezza sul ruolo e sugli strumenti e metodologie finalizzate ad una sempre migliore capacità relazionale, persuasiva e di gestione del rapporto con il Cliente.

Sono previste **due giornate di formazione** per ciascuna edizione del corso.

Ogni edizione è rivolta ad un massimo di 14 partecipanti.





Programma del Corso

| GIORNATA | MATTINO | POMERIGGIO |
|-----------------------|---|--|
| <p>PRIMA</p> | <p>INTRODUZIONE: Obiettivi, Contenuti e Metodologia Didattica ALCUNI CONCETTI DI BASE</p> <ul style="list-style-type: none"> • La qualità nelle moderne aziende di servizi • Aspettative organizzative e mission delle strutture di front line • Il ruolo delle risorse di front line per il sostegno degli obiettivi di business • Il front line fisico ed il front end telefonico • L'importanza del personale di front line • Le competenze e gli standard necessari per i diversi ruoli: coordinatori, supervisori, addetti • Rapporto tra qualità del servizio e capacità di gestire le relazioni • La gestione della Customer Satisfaction <p>ESERCITAZIONE ANALISI E DISCUSSIONE</p> | <p>LA GESTIONE DELLE RELAZIONI CON I CLIENTI INTERNI/ESTERNI</p> <ul style="list-style-type: none"> • Clienti interni ed esterni • Comunicazione ed immagine aziendale • Qualità del servizio e qualità personale • Struttura e processo della comunicazione • Tipi e modalità di comunicazione • Stili e tecniche di comunicazione • Efficacia ed efficienza della comunicazione • Il ruolo dei filtri percettivi • Il ruolo dell'ascolto attivo • La comunicazione assertiva <p>ESERCITAZIONE ANALISI E DISCUSSIONE</p> |
| <p>SECONDA</p> | <p>LA COMUNICAZIONE ATTRAVERSO IL TELEFONO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Particolarità della comunicazione telefonica • L'impostazione del rapporto con l'interlocutore • La conduzione del colloquio telefonico • Criticità e modalità di superamento • I comportamenti da evitare • Alcuni standard di presentazione <p>ESERCITAZIONE ANALISI E DISCUSSIONE</p> | <p>LA GESTIONE DI RECLAMI E DISSERVIZI</p> <ul style="list-style-type: none"> • Il ruolo del singolo e quello dell'organizzazione • La gestione proattiva • Gli approcci collaborativi • Problem solving & Decision Making • La gestione delle obiezioni e delle conflittualità • Alcune modalità efficaci <p>ESERCITAZIONE ANALISI E DISCUSSIONE CONCLUSIONI ed Action Plan</p> |



Metodologia didattica

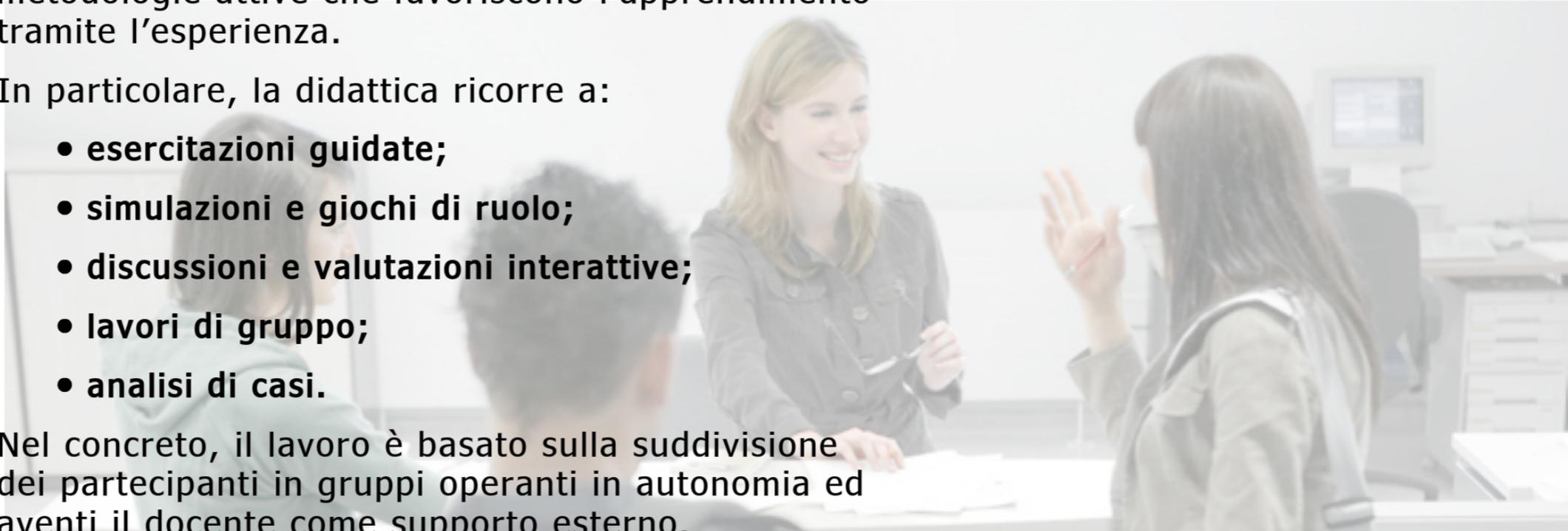
I partecipanti hanno l'opportunità di confrontarsi con concreti problemi operativi sui quali sono chiamati a fornire risposte risolutive operando una continua verifica di quanto appreso in aula.

Il programma didattico del corso fa ricorso a varie tecniche per favorire una partecipazione globale: ai metodi tradizionali, basati sulla trasmissione di concetti teorici, vengono affiancate alcune metodologie attive che favoriscono l'apprendimento tramite l'esperienza.

In particolare, la didattica ricorre a:

- **esercitazioni guidate;**
- **simulazioni e giochi di ruolo;**
- **discussioni e valutazioni interattive;**
- **lavori di gruppo;**
- **analisi di casi.**

Nel concreto, il lavoro è basato sulla suddivisione dei partecipanti in gruppi operanti in autonomia ed aventi il docente come supporto esterno.





Costi

I corsi vengono svolti presso l'azienda cliente.

La logistica e la riproduzione del materiale didattico è a cura del cliente

Ogni edizione del corso di due giornate è rivolta ad un massimo di 14 partecipanti.

Il costo della docenza per ogni edizione del corso di due giornate rivolto ai responsabili ed addetti operativi è di euro 2600,00 + IVA.

Le eventuali spese di trasferta del personale docente sono a carico di HumanWare.

Eventuali personalizzazioni e riprogettazioni del corso andranno quotate a parte.

Per informazioni

www.humanware.it

[@humanwareonline](https://twitter.com/humanwareonline) 