

**ООО «ПГ ВЕКПРОМ»**

**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА –  
ПРОГРАММА ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ**

**«Клиентоориентированность»**  
(для сотрудников ООО «ПГ ВЕКПРОМ»)  
24 часа

**г. Жуковский  
2024 г.**

## **1 Общая характеристика программы**

### **1.1 Общие положения**

#### **1.1.1 Нормативные правовые основания разработки**

Нормативные правовые основания для разработки дополнительной профессиональной программы – программы повышения квалификации: «Клиентоориентированность» (далее – программа) составляют:

– Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;

– приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 1 июля 2013 г. № 499 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам» (зарегистрирован в Министерстве юстиции Российской Федерации 20 августа 2013 г., регистрационный № 29444);

– приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 23 августа 2017 г. № 816 «Об утверждении Порядка применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ» (зарегистрирован в Министерстве юстиции Российской Федерации 18 сентября 2017 г., регистрационный № 48226);

– приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства просвещения Российской Федерации от 5 августа 2020 г. № 885/390 «О практической подготовке обучающихся» (зарегистрирован в Министерстве юстиции Российской Федерации 11 сентября 2020 г., регистрационный № 59778);

– приказ Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 26 августа 2010 г. № 761н «Об утверждении Единого квалификационного справочника должностей руководителей, специалистов и служащих, раздел «Квалификационные характеристики должностей работников образования» (зарегистрирован в Министерстве юстиции Российской Федерации 6 октября 2010 г. № 18638).

#### **1.1.2 Требования к слушателям**

- лица, имеющие среднее профессиональное образование (далее – СПО);
- лица, имеющие высшее образование.

#### **1.1.3 Формы реализации программы:**

- программа реализуется в форме семинара с демонстрацией.

#### **1.1.4 Трудоемкость освоения:**

- 24 академических часа, включая все виды контактной и самостоятельной работы слушателя.

#### **1.1.5 Форма документа, выдаваемого по результатам освоения программы:**

- лицам, успешно освоившим дополнительную профессиональную программу и прошедшим итоговую аттестацию, выдается удостоверение о повышении квалификации образца, установленного организацией.

### **1.2 Цель и задачи освоения программы повышения квалификации**

#### **1.2.1 Цель освоения:**

Повышение квалификации сотрудников структурных подразделений ООО «ПГ ВЕКПРОМ» или работников сторонних предприятий в области клиентоориентированности.

#### **1.2.2 Задачи освоения:**

1. Получить базовые знания о типологии клиентов, основных технологиях взаимодействия с ними.
2. Отработать базовые практические навыки, необходимые для:
  - ✓ организационного взаимодействия с потенциальными и имеющимися клиентами;
  - ✓ ведения деловой переписки, переговоров и прочим видам контактов с клиентами;
  - ✓ выработки стратегии работы с клиентом на разных стадиях принятия решения клиентом о сделке;
  - ✓ применения на практике техник работы с возражениями при взаимодействии и пост сопровождении клиента;
  - ✓ культуры клиентоориентированности и осуществления контроля при взаимодействии и постсопровождении клиента;
  - ✓ нивелирования конфликтных ситуаций.

3. Ознакомиться с некоторыми технологиями позитивного взаимодействия с клиентами и партнерами.

### 1.3 Планируемые результаты освоения программы повышения квалификации:

Новые компетенции работников - слушателей, которые приобретаются в процессе освоения программы:

ПК. 01. Владеть технологиями позитивного взаимодействия с клиентами ВЕКПРОМ при выявлении потребностей при обслуживании (продаже) различных видов оборудования.

ПК. 02. Привлечение новых потенциальных заказчиков/покупателей (клиентов),

ПК. 03. Увеличение продаж с уже имеющимся заказчиками/покупателями (клиентами).

Слушатели курсов будут знать:

- ✓ типологии клиентов;
- ✓ ценности компании при взаимодействии с клиентами;
- ✓ основные стадии принятия решения клиентом;
- ✓ выявление потребностей клиента;
- ✓ методы и технологии работы с возражениями и закрытии сделки при взаимодействии с клиентами.

### Методические материалы, передаваемые слушателям:

1. Презентация, материалы семинарских занятий.
2. Список литературы, рекомендованной для самостоятельного изучения.

### 1.4 Учебный план

№ п/п	Наименование разделов и дисциплин	Всего часов	В том числе		Форма контроля
			Лекции	Практ. занятия	
1.	Модуль 1. «Взаимодействие с клиентом ВЕКПРОМ (Клиентоориентированность)»	8	4	4	опрос
2.	Модуль 2. «Работа с клиентом. Выявление потребностей клиента и работа с возражениями»	14	8	6	опрос

	клиента»				
3.	Итоговая аттестация	2			зачет
	<b>Всего:</b>	<b>24</b>	<b>12</b>	<b>8</b>	

## 1.5 Календарный учебный график

Компоненты программы	Кол. час	дни		
		1	2	3
Модуль 1. «Взаимодействие с клиентом ВЕКПРОМ (Клиентоориентированность)»	8	8		
Модуль 2. «Работа с клиентом. Выявление потребностей клиента и работа с возражениями клиента»	14		8	6
Итоговая аттестация	2			2

## 1.6 Содержание программы

Темы семинара - тренинга	Задача
<b>МОДУЛЬ 1</b>	
<b>Тема 1:</b> <b>Самоопределение участников к целям и задачам семинара, содержанию и формам работы</b> Форма работы: Установочное сообщение: объявление целей, задач, форм и методов работы	Определение места данного семинара-тренинга в системе подготовки участников к работе с клиентами. Знакомство с участниками интенсива, их техническим уровнем и опытом работы, их ожиданиями.
<b>Тема 2:</b> <b>Ценности ООО «ПГ ВЕКПРОМ»</b> Форма работы: Дискуссия, просмотр видео-арт (с использованием методик НЛП)	Дать представление о необходимости трансляции корпоративных ценностей (культуры) при взаимодействии с клиентом, выявить отношение участников к ценностям Общества, закрепить позитивную динамику обсуждения. Повышение вовлеченности участников и погружение самого клиента в корпоративную культуру ВЕКПРОМ

<p><b>Тема 3:</b> <b>Лестница успеха</b></p>	
<p>3.1. Ограничения – выгоды при работе с клиентом. Форма работы: коллективное упражнение с видами ограничений (клиента) и выгодами (предложения Общества)</p>	<p>На собственном опыте участников продемонстрировать важность данного блока, проработать выгоды, которые необходимо знать, понимать, разделять при работе с клиентом.</p>
<p>3.2. Три составляющих работы с клиентом (Закон понимания). Форма работы: примеры из практики, мини- лекция.</p>	<p>Дать знание участникам: почему люди не понимают друг друга и как прийти к «общему знаменателю» с клиентом». Определение «реальности» клиента и представителя Общества.</p>
<p><b>Тема 4: Виды организационного взаимодействия с потенциальными заказчиками/клиентами.</b></p>	
<p>4.1. Четыре этапа взаимодействия с клиентом. Важность коммуникации. Цикл (любая встреча= продаже Я-К-П) Форма работы: мини-лекция</p>	<p>Дать представление о структуре взаимодействия с клиентом. Продемонстрировать на собственном опыте % соотношение коммуникативных сигналов. Дать понимание в организации этапов взаимодействия, последовательности структурных компонентов. Провести самодиагностику готовности работы с клиентом.</p>
<p>4.2. Этапы звонка. Форма работы: Работа в парах</p>	<p>Познакомить участников со структурой работы с клиентом по телефону, проанализировать ошибки для их нивелирования в дальнейшем.</p>
<p>4.3. Установление контакта. Форма работы: мини-лекция, упражнение «Рукопожатие», присоединение, «3 да», Игра «Волшебный магазин».</p>	<p>Дать знания в области психологии по считыванию человека-человеком при их взаимодействии, сформировать навык рукопожатия, отработать специфику присоединения к клиенту, технику «3-х да»</p>

<p>4.4. Значение вопросов при работе с клиентом, активное слушание. Исследование ключевых моментов. Форма работы: мини-лекция, упражнение на понимание видов вопросов.</p>	<p>Дать понимание в технологии «ведение клиента». Определить значимость подготовки при работе с клиентом.</p>
<p><b>Тема 5. Клиентская база.</b></p>	<p>Выявление целевых групп клиентов, их специфики, выявление их особенностей. Расширение клиентской базы (кто наши клиенты, их поиск, законодатели мнений).</p>
<p>5.1. Виды технического и технологического взаимодействия с клиентами. Форма работы: мини-лекция, обращение к опыту участников</p>	<p>Дать понимание понятий: операционный, транзактный, консультационный клиенты. Проработать вопросы: технически и технологически грамотные клиенты (обычно ТОЧНО знают, чего хотят); клиенты, которые СЧИТАЮТ себя технически и технологически грамотными; клиенты, которые заявляют о необходимости решить проблему и четко ее формулируют; клиенты, которые заявляют о необходимости решить проблему и НЕ МОГУТ четко ее сформулировать; прочие клиенты</p>
<p>5.2. Психологическая структура Центра заключения договоров. Форма работы: кейс (из практики)</p>	<p>Сформировать навыка взаимодействия с центрами: восприимчивым, проблем, власти.</p>
<p>5.3. Типология клиентов (теория Уильяма Марстона – DISC). Форма работы: практикум в группах, презентация групп.</p>	<p>Дать знания по теории Уильяма Марстона– DISC. Отработать в группах типажи клиентов (по возможности найти похожие примеры в практике). Сформировать навык различения типажей клиентов.</p>
<p><b>Рефлексия семинара - практикума</b></p>	<p>Подведение итогов.</p>
<p><b>МОДУЛЬ 2</b>  <b>«Работа с клиентом. Выявление потребностей клиента и работа с возражениями клиента»</b></p>	

Темы семинара - тренинга	Задача
<b>Тема 1: Принципы и Правила эффективной работы</b>	
<p>1.1. Установочное сообщение: объявление целей, задач, форм и методов работы.</p> <p>1.2. Повторение ценностей компании (из модуля 1)</p>	<p>Определение места данного семинара-тренинга в системе подготовки участников к работе с клиентами. Знакомство с участниками интенсива, их техническим уровнем и опытом работы, их ожиданиями.</p>
<b>Тема 2: Этапы работы с клиентом</b>	
<p>2.1. Знакомство и установление контакта</p> <p>2.2. Выявление потребностей клиента</p> <p>2.3. Презентация (Я-К-П)</p> <p>2.4. Работа с возражениями</p> <p>2.5. Заключение сделки (КП)</p>	<p>Знакомство с воронкой продаж</p>
<b>Тема 3: Выявление потребностей клиента</b>	
<p>3.1. Теория Маслоу</p> <p>3.2. Типология клиентов (операционный, транзактный, консультационный)</p> <p>3.3. Центр заключения договоров (ЦЕНТРЫ: восприимчивый, проблем, власти) – повтор из 1 модуля</p> <p>3.5. СПИН</p> <p>3.6. Конструирование вопросов и активное слушание</p> <p>3.7. Упражнение «Несуществующее животное»</p>	<p>Проработка видов потребностей, технологии их выявления</p> <p>Понимание целей конструирования вопросов (их видов), резюмирование.</p> <p>Закрепление материала в парах</p>
<b>Тема 4: Презентация (Я_К_П)</b>	Анализ использования данных
<p>4.1. Основные стадии принятия решения клиентом.</p> <p>4.2. Ошибки взаимодействия: чего не надо делать при контактах всех видов.</p>	<p>Понимание цикла взаимодействия с клиентом</p>
<b>Тема 5: Работа с возражениями клиента</b>	Самодиагностика



<p>5.1. Что такое возражение?                      5.2. Почему клиент возражает?                      5.3. Почему появляются сомнения у клиента?                      5.4. Что такое истинные и ложные возражения?</p>	<p>Понимание: Продуктивность =                      Эффективность +                      Результативность</p>
<p><b>Тема 6. Сбор банка данных, обсуждение реальных случаев из практики участников. Корзина возражений</b></p>	<p>Разбор ситуаций на личном опыте</p>
<p>6.1. Методы работы с возражениями;                      6.2. Ложные возражения;                      ..№. Выявление истинных возражений</p>	<p>Повышение эффективности менеджеров, использование технологий в работе с клиентами</p>
<p><b>Тема 7: Пять сил Портера</b></p>	<p>Как влияет на рентабельность бизнеса несколько сил</p>
<p>7.1. Давление поставщиков.                      7.2. Давление покупателей.                      7.3. Давление действующих конкурентов (внутренняя конкуренция).                      7.4. Угроза появления новых конкурентов.                      7.5. Товары-заменители (субституты)</p>	<p>Определение приоритетных целей компании.</p>
<p><b>Тема 8: Стратегии работы с клиентом на разных стадиях принятия решения клиентом о сделке</b></p>	
<p>8.1. Стадия осознания потребностей Клиентом (решение действовать):                      → Формулирование Целей и Задач Менеджером с учётом ожидаемых Выгод – Решений проблем Клиента                      8.2. Стадия Оценки вариантов:                      → Анализ Уязвимости                      8.3. Стадия Разрешения сомнений:                      → Контрольный Список Последствий                      → Письмо КМ</p>	<p>Организация этапов взаимодействия, последовательность структурных компонентов. Самодиагностика готовности работы с клиентом.</p>
<p><b>Тема 9: Получение обязательств</b></p>	

9.1. Ошибки	Выявление ошибок, работа в парах
<b>Тема 11: Завершение сделки</b>	
11.1. Дать понимание лестницы Бена Ханата 11.2. Маленькие хитрости 11.3. 5 шагов	Умение определить на какой ступени лестницы находится взаимодействие с клиентом
Тема 12. Рефлексия семинара	Подведение итогов.

## 1.7 Организационно-педагогические условия

### 1.7.1 Специалисты, привлекаемые к реализации программы должны иметь

- среднее профессиональное образование или высшее образование, а также опыт работы в области профессиональной деятельности соответствующего профиля не менее трех лет.

### 1.7.2 Требования к материально-техническому обеспечению

- Организация, принимающая слушателей на обучение по программе повышения квалификации, должна иметь помещения, оборудование и технические средства обучения в объеме, позволяющем выполнять определенные виды работ в соответствии с программой повышения квалификации.

### 1.7.3 Требования к информационному и учебно-методическому обеспечению

- Для реализации программы используются учебно-методическая документация, нормативные правовые акты, нормативная техническая документация, иная документация, учебная литература и иные издания, информационные ресурсы.

**Учебно-методическая документация, нормативные правовые акты, нормативная техническая документация, иная документация, учебная литература и иные издания, информационные ресурсы**

#### **1 Учебно-методическая документация**

1.1 Дополнительная профессиональная программа – программа повышения квалификации «Основы металлообработки».

<b>2 Литература</b>	
2.1	Нормативные правовые акты, нормативная документация, техническая иная документация
2.1.1	Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»
2.1.2	Приказ Минобрнауки России от 01.07.2013 № 499 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам»
2.1.3	Приказ Минобрнауки России от 23.08.2017 № 816 «Об утверждении Порядка применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ»
2.1.4	Методические рекомендации по разработке основных профессиональных образовательных программ и дополнительных профессиональных программ с учетом соответствующих профессиональных стандартов (утв. Минобрнауки России 22.01.2015 № ДЛ-1/05вн)
2.1.5	Письмо Минобрнауки России от 09.10.2013 № 06-735 «О дополнительном профессиональном образовании»
2.1.6	Письмо Минобрнауки России от 07.05.2014 № АК-1261/06 «Об особенностях законодательного и нормативного правового обеспечения в сфере ДПО»
2.1.7	Письмо Минобрнауки России от 21.04.2015 № ВК-1013/06 «О направлении методических рекомендаций по реализации дополнительных профессиональных программ»
2.1.8	Письмо Минобрнауки России от 22.04.2015 № ВК-1032/06 «О направлении методических рекомендаций»
2.1.9	Письмо Минобрнауки России от 30.03.2015 № АК-821/06 «О направлении методических рекомендаций по итоговой аттестации слушателей»
2.1.10	Письмо Минобрнауки России от 25.08.2015 № АК-2453/06 «Об особенностях законодательного и нормативного правового обеспечения в сфере ДПО»
2.2	Учебники, монографии
2.2.1	Основная литература
2.2.2	Дополнительная литература - определяется организацией
<b>3 Интернет-ресурсы</b>	
3.1	Определяются организацией
<b>4 Электронно-библиотечная система</b>	
4.1	Определяется организацией

### 1.7.4 Общие требования к организации программы повышения

## **квалификации**

Общие требования к организации программы повышения квалификации определяются локальными нормативными актами организации, реализующей программу.

Реализация программы повышения квалификации проводится на предприятиях и в организациях реального сектора экономики, различных форм собственности, профиль деятельности которых соответствует реализуемым в образовательной организации специальностям и/или профессиям, оборудованных учебных классах.

Направление работников для прохождения курса повышения квалификации оформляется приказом по организации, отправляющей работников, прием на курсы - приказом по организации, принимающей работников на курс повышения квалификации.

### **1.7.5 Документальное оформление**

Руководителем организации утверждается программа повышения квалификации, по согласованию с отправляющей стороной.

По итогам прохождения курса повышения квалификации слушатель получает документ установленного образца – Удостоверение.

### **1.8 Формы аттестации**

Оценка качества освоения программы осуществляется в форме текущего контроля успеваемости, промежуточной и итоговой аттестации слушателей.

Формы, периодичность, критерии оценивания и порядок проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной и итоговой аттестации слушателей определяются организацией самостоятельно.

К итоговой аттестации допускаются слушатели, выполнившие в полном объеме учебный план программы.

## **2 Оценочные материалы**

Оценочные материалы обеспечивают проверку достижения планируемых результатов обучения по программе и используются в процедуре текущего контроля успеваемости, промежуточной и итоговой аттестации. Оценочными материалами по программе являются блоки контрольных вопросов по разделам (темам), тестовые задания и иные материалы, формируемые организацией.

## **3 Особенности адаптации программы для лиц с ограниченными возможностями здоровья**

Разработка адаптированной программы для лиц с ограниченными возможностями здоровья и (или) инвалидностью или актуализация существующей программы определяются индивидуальной программой реабилитации инвалида (при наличии), рекомендациями заключения психолого-медико-педагогической комиссии (при наличии) и осуществляются по заявлению слушателей.