

**ELEMENTY STANDARDU JAKOŚCI
OBSŁUGI KLIENTA
W STAROSTWIE POWIATOWYM
W LESZNIE**

SPIS TREŚCI**STRONA**

I . Wzorzec zachowań pracowników	3
1. Kultura osobista pracowników	4
1/ Zalecany styl ubioru dla kobiet	4
2/ Zalecany styl ubioru dla mężczyzn	5
3/ Życzliwe i uprzejme nastawienie do klienta	5
4/ Umiejętność prowadzenia rozmowy	6
4.1 rozmowy bezpośrednie	6
4.2 rozmowy telefoniczne	6
4.3 łączenie rozmów	7
5/ Opanowanie	7
2. Kompetencje i fachowość	7
3. Umiejętność obsługi	8
4. Dociekliwość	8
5. Lojalność	9
6. Dyskrecja	9
7. Sytuacje niedopuszczalne	9
II. Charakterystyka klientów	10
III. Standard sali obsługi	13

**WZORZEC ZACHOWAŃ
PRACOWNIKÓW**

KULTURA OSOBISTA PRACOWNIKÓW

Pracownik jest wizytówką Urzędu

„Jak Cię widzą tak o Tobie mówią, a jak mówią o Tobie, tak mówią o Naszym Urzędzie”

Pamiętaj więc o tym, że

Twój wygląd, zadbane strój, stosowny do miejsca pracy jest bardzo ważnym elementem w bezpośrednim kontakcie pracownika z Klientem.

1. Zalecany styl ubioru dla kobiet

Kostium, spodnie lub spódnica i bluzka

- spódnica – nie powinna być zbyt krótka, najlepiej za kolano lub nieco przed kolanem,
- spodnie – nie mogą być to dżinsy lub inne spodnie o charakterze sportowym,
- kolor ubioru powinien być spokojny, niezbyt jaskrawy,
- strój nie może być ekstrawagancki.

Fryzura

- włosy zawsze zadbane, schludne, nie zasłaniające twarzy.

Makijaż

- tylko delikatny.

Dłonie

- zadbane,
- paznokcie niezbyt długie, jeśli pomalowane to niejaskrawym lakierem.

Obuwie

- pantofle dostosowane do stroju,
- **nigdy nie należy nosić w pracy obuwia sportowego typu adidas, tenisówki, klapki, czy sandały.**

Identyfikator

- **zawsze przypięty do ubrania w widocznym miejscu,**

Klienci lubią wiedzieć z kim rozmawiają. Poprzez noszenie identyfikatora utożsamiasz się z Urzędem.

2. Zalecany styl ubioru dla mężczyzn

Garnitur lub spodnie i marynarka

- koszula – powinna być w niejaskrawym kolorze; wzór, jeśli występuje na koszuli, winien być delikatny np. w paski; nie są zalecane koszule w kratę, nie należy nosić koszul sportowych np. typu polo,
- wymagany jest krawat dostosowany do reszty ubioru,
- kolor ubioru – spokojny, niejaskrawy,
- ubiór nie ekstrawagancki.

Fryzura

- włosy zadbane, krótko obcięte.

Zarost

- twarz ogolona,
- wąsy, broda muszą być zadbane, nie mogą sprawiać wrażenia niechlujnego zarostu.

Dłonie

- zadbane,
- paznokcie krótko obcięte.

Obuwie

- półbuty dopasowane do stroju,
- **nigdy nie należy nosić w pracy obuwia typu adidas, tenisówki, klapki czy sandały.**

Identyfikator

- **zawsze przypięty do ubrania w widocznym miejscu.**

3. Życzliwe i uprzejme nastawienie do Klienta

Pamiętaj zawsze, że dla Klientów istniejemy.

Dlatego też:

- nie traktuj Klienta „z góry”,
- okazuj Klientowi maksimum zainteresowania i szacunku,
- zawsze stosuj zwroty grzecznościowe,
- zawsze bądź wobec Klienta uprzejmy, miły, życzliwy i uśmiechnięty.

Badania wykazują, że UŚMIECHNIĘCI PRACUJĄ LEPIEJ, a więc niech uśmiech zawsze Ci towarzyszy w kontakcie z Klientem.

4. Umiejętność prowadzenia rozmowy

4.1 Rozmowy bezpośrednie

Umiejętne prowadzenie rozmowy z Klientem to także wykorzystywanie techniki czynnego słuchania, a więc:

- zadawaj Klientowi pytanie otwarte,
- ponownie sformułuj wypowiedzi Klienta, upewnij się, czy dobrze Go zrozumiałeś, używając zwrotu np. "Jeśli dobrze Pana / Panią zrozumiałem, to chciałby Pan / Pani..."
- upewnij się, czy Klient dobrze Ciebie rozumiał,
- nie przerywaj Klientowi,
- nie okazuj zniecierpliwienia,
- utrzymuj kontakt wzrokowy z Klientem.

Pamiętaj, że czynne słuchanie to:

- empatia, czyli zdolność do wczucia się w sytuację drugiej osoby,
- akceptacja polegająca na pozytywnej reakcji na zachowanie rozmówcy.

Stosując czynne słuchanie pozwolisz Klientowi poczuć się mniej anonimowo (nie jak numer), ale jak ktoś niepowtarzalny.

Nie zapomnij pierwszy przywitać Klienta zwrotem : " DZIEN DOBRY " natomiast na zakończenie rozmowy podziękuj Klientowi i pożegnaj Go, życząc mu miłego dnia.

4.2 Rozmowy telefoniczne

Telefon może być źródłem irytacji i nerwów lub narzędziem w przekazywaniu wiadomości w sposób świadczący o wysokiej jakości świadczonych usług.

Pamiętając o tym:

- odbierz słuchawkę **najpóźniej** po 3 sygnałach,
- przedstaw się: podaj nazwę jednostki organizacyjnej, nazwę komórki bądź wydziału, swoje imię i nazwisko.

- nie zapominaj o stosowaniu zwrotów grzecznościowych,
- rozmowę prowadź spokojnie, przede wszystkim merytorycznie,
- odpowiadaj na pytania Klienta głośno i wyraźnie,
- **nie pij i nie jedz podczas rozmowy – to słyszać,**
- bądź skupiony na rozmowie,
- udzielaj Klientowi wyczerpujących odpowiedzi.

4.3 Łączenie rozmów telefonicznych

- zawsze informuj dzwoniącego o komórce organizacyjnej oraz imieniu i nazwisku osoby, z którą Go połączysz,
- osobie, z którą łączysz Klienta przekaz wystarczające informacje, by dzwoniący nie musiał ich powtarzać,
- nie łącz rozmowy więcej niż jeden raz bez zaoferowania oddzwonienia.

5. Opanowanie

Opanowanie to cecha, która pozwala zachować dystans i umożliwić spokojne rozwiązanie konfliktu.

A więc:

- panuj nad emocjami,
- nie komentuj zachowań Klienta,
- w trudnych sytuacjach, nawet jeśli Klient nie ma racji, nigdy nie wolno okazywać Tobie zdenerwowania i złości na Klienta – musisz być buforem rozładowującym napięcie Klienta,
- zwracaj szczególną uwagę na Klientów, którzy sprawiają wrażenie zdenerwowanych i zagubionych – prowadź z nimi rozmowę umiejętnie, starając się rozładować napiętą atmosferę.

KOMPETENCJA I FACHOWOŚĆ

Pamiętaj, że to Ty jesteś dla Klienta tą najważniejszą osobą, od której chce się dowiedzieć wszystkiego, co Go interesuje, dlatego:

- musisz znać bardzo dobrze zadania Wydziału,
- uaktualniaj swoją wiedzę nt. zadań

- miej zawodową pewność – to ona wzbudza u Klienta zaufanie,
- nigdy nie okazuj bezradności wobec Klienta
- w sytuacjach, w których jesteś niepewny przepraszaj Klienta i skorzystaj z porady bardziej doświadczonego pracownika.

UMIEJĘTNOŚĆ OBSŁUGI

Bądź dobrym urzędnikiem, a więc:

- mów językiem zrozumiałym dla Klienta,
- każdego Klienta traktuj indywidualnie – niech Klient poczuje, że jesteś kimś ważnym dla Ciebie i dla Urzędu,
- zbieraj wszelkie informacje o wadach i zaletach działalności Wydziału, a następnie przekazuj je swojemu przełożonemu.

Pamiętaj, że korespondencja z Klientem jest istotnym elementem obsługi Klienta, dlatego:

- pisma wysyłaj tylko na drukach firmowych,
- treść pisma powinna być zwięzła i zrozumiała dla Klienta,
- zawsze używaj form grzecznościowych,
- nawet, jeśli odpisujesz na skargę Klienta i wiesz, że On nie ma racji to należy zwracać się do Niego w formie grzecznościowej – nigdy nie nakazującej, czy pouczającej,
- na piśmie należy zawsze podać imię i nazwisko oraz nr telefonu osoby prowadzącej sprawę,
- pisma podpisuje osoba upoważniona zgodnie z zapisami Regulaminu organizacyjnego

DOCIEKLIWOŚĆ

- jeśli Klient okazuje niezadowolenie z obsługi – miej odwagę zapytać dlaczego – rób notatki na ten temat i przekazuj je swojemu przełożonemu. Poproś Klienta o wypowiedzenie uwag na piśmie – taka wiedza jest niezbędna w celu poprawy jakości i obsługi.

LOJALNOŚĆ

- nie udostępniaj Klientom dokumentów służbowych o charakterze poufnym wyłącznie do użytku służbowego.

DYSKRECJA

- Klient powierza Tobie swoje poufne sprawy, zachowaj te informacje tylko do celów służbowych,
- nie opowiadaj w domu ani znajomym o sprawach Klientów,
- zwróć uwagę na ochronę danych osobowych,
- sprawdzaj pełnomocnictwa firm, kancelarii, osób fizycznych, które występują w imieniu Klienta.

SYTUACJE NIEDOPUSZCZALNE

Nigdy nie wolno:

- zachowywać się lekceważąco wobec Klienta,
- odpowiadać Klientowi w sposób pouczający,
- spożywać posiłków podczas rozmowy z Klientem,
- odchodzić od Klienta nie informując Go, w jakim celu i na jak długo się odchodzi,
- nie nosić identyfikatora,
- wyglądać niechlujnie,
- udostępniać jakichkolwiek informacji o klientach osobom nieupoważnionym,
- przerywać wypowiedź Klienta w nietaktowny sposób,
- okazywać zdenerwowania, mówić podniesionym głosem,
- odsyłać Klienta do innego stanowiska bez wyjaśnienia przyczyn niemożności załatwienia sprawy przy tym stanowisku,
- używać w korespondencji z Klientem nieuprzejmych zwrotów typu "*Prosimy się stawić*", grzecznym zwrotem będzie w tym wypadku "*Prosimy o zgłoszenie się*".

CHARAKTERYSTYKA KLIENTÓW

KIM JEST TWÓJ KLIENT

Pamiętaj o tym, że:

Klient to przede wszystkim człowiek, który ma swoje problemy, cechy charakteru, lepsze lub gorsze dni.

Staraj się poznać swojego Klienta i stosować do każdego z Nich indywidualne podejście.

Poza klasyczną segmentacją Klientów dokonywaną w Urzędach prowadzącą do podziału klientów na osoby: fizyczne i osoby prawne, stosuje się wiele innych kryteriów segmentacji (demograficzne, społeczno – ekonomiczne, psychologiczne itd.).

Bez względu na zastosowany podział Klientów, jakość obsługi musi pozostać zawsze na najwyższym poziomie!

Oto przykład Klientów z którymi możesz spotkać się w swojej pracy.

KLIENT NIEDOŚWIADCZONY W KONTAKTACH Z URZĘDEM

Klient ten jest niepewny swoich wymagań wobec Urzędu.

Może czuć się nawet trochę zagubiony w kontaktach z pracownikami Urzędu. Podziwia urzędnika za jego tajemną wiedzę, z której chętnie korzysta. Taki Klient **w pełni ufa Tobie – polega na Twoim doświadczeniu**, czując się czasami bezradny, oczekuje od Ciebie fachowej obsługi i pomocy.

KLIENT DOSWIADCZONY W KONTAKTACH Z URZĘDEM

Klient taki oczekuje od Ciebie miłej i profesjonalnej obsługi – bardzo dużej wiedzy merytorycznej, gdyż sam jest bardzo dobrze zaznajomiony z działalnością Urzędu.

Traktuj takiego Klienta jak zawodowego partnera do rozmowy – poczuj się jego doradcą.

KLIENT TRUDNY

Klient trudny – to Klient niekulturalny, agresywny, czasami wręcz awanturnik.

Przyczyny Jego zachowania mogą tkwić w Jego charakterze lub błędzie popełnionym przez Urząd.

Wobec takiego Klienta należy zachować maksimum cierpliwości.

Należy Go spokojnie wysłuchać.

Za każdym razem, jak skończy, ponownie sformułuj Jego wypowiedź, używaj spokojnego tonu głosu łagodząc sytuację, wyciszając Jego ton głosu.

Przekonywanie takiego Klienta, że nie ma racji, nic nie daje, to może Go tylko sprowokować, a Ty powinienes łagodzić sytuację. Jeśli czujesz, że sam nie podołasz załagodzeniu sprawy, poproś przełożonego o pomoc.

STANDARD POMIESZCZEŃ URZĘDU

POKOJE I SALE OBSŁUGI

Klient wchodząc do Urzędu, jeszcze zanim uda się do pracownika, powinien bez jakichkolwiek trudności znaleźć interesujące Go stanowiska obsługi – Klient nie może czuć się zagubiony w Urzędzie.

Organizując pomieszczenia do obsługi Klienta myślimy o Kliencie – sala powinna zawsze być zorganizowana pod Jego kątem.

Zadbajmy więc o to, aby była:

- czytelnie oznakowana,
- jasno oświetlona,

wyposażona w :

- długopisy,
- miejsca siedzące dla Klientów,
- miejsca stojące, przy których wygodnie można wypełnić druki, formularze.

Tablice informacyjne powinny być w widocznym miejscu.

Formularze dostępne dla Klientów zawsze muszą być aktualne i łatwo dostępne dla Klienta – umieszczone na stojakach w widocznym miejscu.

Naczelnik Wydziału dba o organizację biura oraz:

- udziela klientom informacji,
- rozładowuje napięcia w sytuacjach konfliktowych,
- pomaga pracownikom w dobrej obsłudze Klienta,
- w sytuacjach awaryjnych np. awaria systemu komputerowego informuje Klientów oczekujących w kolejce o przyczynie przerwy w pracy – przeprasza Klientów za utrudnienia w realizacji sprawy.