

# STANDARD OBSŁUGI KLIENTA

Składamy na Twoje ręce **Standard Obsługi Klienta**. Znajdziesz w nim rekomendacje i propozycje bazujące na wiedzy oraz doświadczeniu naszych najsukuteczniejszych Partnerów. Pragniemy wesprzeć Cię w codziennej pracy. Wskazać, na jakie obszary warto zwrócić uwagę podczas obsługi klienta, aby sprzedawać więcej oraz budować długofalowe relacje z klientem.

## **Cele, które sobie postawiliśmy tworząc Standard Obsługi Klienta:**

- **ujednoczenie procesu obsługi klienta, który ma bezpośredni wpływ na budowanie wizerunku firmy,**
- **wprowadzenie podstawowych norm i wzorców, które ułatwią przygotowanie do pracy nowych doradców,**
- **zwrócenie uwagi na aspekty procesu sprzedaży dotąd pomijane,**
- **zwiększenie sprzedaży poprzez zadbanie o profesjonalną i kompleksową obsługę klienta,**
- **skuteczne domknięcie procesu sprzedaży,**
- **płynne wprowadzenie wymogów, które zostały nałożone na agentów (w zakresie administracji danych osobowych, analizy potrzeb klienta oraz nowych form zawierania umów ubezpieczeń).**

## Rekomendowany element Standardu Obsługi Klienta

**Zauważenie klienta**



**Przywitanie się**



**Zaproszenie do stanowiska**

Prośba o chwilę cierpliwości,  
jeżeli klient musi poczekać  
na obsługę.

## Wartość z zastosowanego elementu Standardu Obsługi Klienta

Od pierwszego momentu budujemy z klientem relację i swój wizerunek profesjonalisty. **Zauważenie klienta i przywitanie się zwiększa prawdopodobieństwo, że nie opuści biura, nawet jeżeli będzie musiał poczekać w kolejce.**

Warto pamiętać o osobach towarzyszących, które wchodzą do biura - jeśli klient jest z dzieckiem, spokojna rozmowa będzie możliwa dzięki stolikowi z kredkami, kartkami, malowankami, które zajmą uwagę dziecka.

Bądźmy uważni na potrzeby klientów:

- pamiętajmy o pierwszeństwie kobiet w ciąży, osobach niepełnosprawnych oraz starszych
- jeżeli w biurze jest taka możliwość warto zaproponować coś do picia.

**Takie gesty również budują relację.**

## Obowiązkowy element Standardu Obsługi Klienta

### **Analiza Potrzeb Klienta (APK).**

Analiza potrzeb klienta jest obowiązkiem ustawowym Agenta. Celem jest jak najlepsze zabezpieczenie interesu klienta bazując na wiedzy i doświadczeniu, jakie posiadamy.

## Wartość z zastosowanego elementu Standardu Obsługi Klienta

Przed przystąpieniem do kalkulacji pamiętaj o:

- wysłuchaniu klienta i określeniu jego potrzeb,
- zaproponowaniu korzystniejszych rozwiązań, jeżeli widzisz, że będzie to lepsze dla klienta, np. rozszerzenie ubezpieczenia komunikacyjnego o ryzyka dobrowolne,
- zapytaniu czy jest zainteresowany ofertą innych rodzajów ubezpieczeń: majątku, życia, podróży, itp.

**Klient nie jest specjalistą ds. ubezpieczeń, często może liczyć tylko na Ciebie!**

Informacje o produkcie przekaz klientowi w prosty i zrozumiały sposób, uwzględnieniem złożoności produktu i potrzeb Klienta, na podstawie przeprowadzonej analizy.

Jakie pytania zadać? Zachęcamy do zapoznania się z przygotowanymi zestawami pytań, odpowiednimi dla każdego rodzaju ubezpieczeń:

<https://conditor.pl/apk/>

Z pewnością będą przydatne podczas rozmowy z klientem.

**Chcemy zabezpieczyć też Twoje interesy.** Potwierdzeniem prawidłowo wykonanej Analizy Potrzeb Klienta będzie oświadczenie klienta. Przesyłamy do stosowania obowiązkowe oświadczenia.

## Rekomendowany element Standardu Obsługi Klienta

### **Zebranie danych do przygotowania oferty w postaci rozmowy w celu przygotowania i przedstawienia klientowi najlepszego rozwiązania.**

- Pytanie o cel wizyty,
- Doprecyzowanie zakresu ubezpieczenia, jakim zainteresowany jest klient (zachęcenie do rozszerzenia zakresu o dodatkowe produkty i wyższe sumy ubezpieczenia AC, NNW, ASS, ubezpieczenie szyb).

### **Adekwatnie do wniosków wyciągniętych z rozmowy proponujemy dodatkowe ubezpieczenie, którym klient mógłby być zainteresowany, na przykład:**

- ubezpieczenie majątku (osobistego i firmowego),
- ubezpieczenie życia,
- ubezpieczenia sezonowe, np. NNW szkolne, ubezpieczenie podróże.

## Wartość z zastosowanego elementu Standardu Obsługi Klienta

Warto, aby zebranie danych do przygotowania oferty odbywało się w postaci rozmowy z klientem, podczas której będą zbadane jego potrzeby.

**Poruszenie tego tematu jest kluczowe, gdyż wielu klientów nie wie, że może u nas ubezpieczyć coś poza OC Komunikacyjnym, które kupuje od lat.** Rozmowa na tym etapie procesu sprzedaży pozwala na przedstawienie produktów, którymi klient jest zainteresowany oraz dołączenie ich do przygotowanej oferty. Nawet jeżeli klient nie zdecyduje się na ich zakup przy tej okazji, będzie wiedział, że takie produkty również może nabyć.

**Rekomendujemy, aby przygotowywanie oferty odbywało się w obecności klienta, ponieważ opuszczenie przez niego biura istotnie zmniejsza szansę na zamknięcie sprzedaży.**

## Rekomendowany element Standardu Obsługi Klienta

### **Sprawdzenie oferty w co najmniej kilku Towarzystwach Ubezpieczeniowych.**

Rekomendujemy  
Porównywarkę CONDITOR  
przy ubezpieczeniach  
komunikacyjnych.

## Wartość z zastosowanego elementu Standardu Obsługi Klienta

Przygotowując ofertę odpowiadającą na potrzeby klienta, warto sprawdzić oraz pokazać rozpiętość składek, w tym największą i najniższą cenę.

**Klient ma wówczas wybór i nabiera zaufania do doradcy, dzięki transparentnemu prezentowaniu towarzystw i wysokości proponowanych składek.**

Pamiętaj o kontakcie wzrokowym, uśmiechu i nawiązaniu rozmowy z klientem w trakcie przygotowywania ofert.

## Rekomendowany element Standardu Obsługi Klienta

**Przedstawienie i zapisanie  
najlepszej oferty  
(wydruk, ewentualne  
późniejsze przesłanie jej  
mailem  
lub smsem).**

**Omówienie oferty wraz  
z podaniem przykładów  
z życia.**

**Używanie języka  
zrozumiałego  
i dostosowanego  
do odbiorcy.**

## Wartość z zastosowanego elementu Standardu Obsługi Klienta

Prezentując wyliczone oferty warto podać je wydrukowane, aby jasne było dla klienta, jakie ubezpieczenia, warianty, sumy ubezpieczenia uwzględnia stawka.

**Jest to szczególnie ważne  
w sytuacji, w której klient opuści  
biuro i będzie chciał ofertę  
porównać.**

Unikniemy w ten sposób zawarcia przez klienta ubezpieczenia w gorszym zakresie ochrony.

Omawiając ofertę warto pamiętać, że klient nie jest ekspertem ubezpieczeniowym i należy dobrać słowa w taki sposób, aby były dla niego jasne i zrozumiałe, unikając słownictwa branżowego.

Podanie przykładów z życia lub sytuacji innych klientów ułatwi klientowi podjęcie decyzji na temat zawarcia polisy (omówienie przypadków i zdarzeń, w których może skorzystać z polisy).

## Rekomendowany element Standardu Obsługi Klienta

### **Dążenie do zamknięcia sprzedaży. Zadanie pytań:**

- Którą ofertę Pani/Pan wybiera?  
(1)
- Czy Pani/Pan chciałby coś zmodyfikować w wybranej propozycji?  
(2)
- Rozumiem, że mogę przygotować polisę?  
(3)

## Wartość z zastosowanego elementu Standardu Obsługi Klienta

**Celem nadrzędnym, który powinien przyświecać doradcy w momencie przygotowania oferty jest zamknięcie sprzedaży i przygotowanie polisy dla klienta.**

Zadanie pytań (1) otwiera na rozmowę o ofercie, (2) pozwala sprawdzić, czy klient ma obiekcje, (3) zamyka sprzedaż.

Rekomendowany  
element Standardu  
Obsługi Klienta

**Zadanie pytania o inne, posiadane przez klienta polisy komunikacyjne i majątkowe oraz ustalenie dat ich zakończenia.**

Wartość  
z zastosowanego  
elementu Standardu  
Obsługi Klienta

**Zapytanie, czy klient posiada inne polisy umożliwi nam w przyszłości kontakt przed ich końcem i sprzedaż dodatkowych produktów.**

Rekomendujemy ustalenie terminu ich końca, proponujemy kontakt z naszej strony z propozycją ubezpieczenia na kolejny okres. Zadbaj o zgodę klienta na przetwarzanie jego danych osobowych.

Jeżeli klient nie pamięta lub nie chce obecnie przekazać nam tej informacji, możemy przypomnieć klientowi, że z polisą dostał również naszą wizytówkę.



## Rekomendowany element Standardu Obsługi Klienta

**Pobranie od klienta zgody  
na przetwarzanie danych  
osobowych RODO.**

## Wartość z zastosowanego elementu Standardu Obsługi Klienta

**Ważne! - każdy klient, który chce otrzymać ofertę i zostawia dane do jej przygotowania, musi podpisać zgodę RODO. Jest ona również konieczna, aby móc z klientem kontaktować się w przyszłości.**

Najlepiej pobierać ją od każdego klienta, nawet, gdy ten chciałby uzyskać informację o wstępnej kalkulacji bez zawarcia umowy ubezpieczenia.

Zgodnie z RODO podstawą do przetwarzania danych, (która nas interesuje) jest zgoda. Nie wystarczy tutaj ta, która zaszyta jest w treści drukowanej polisy, ponieważ w niej nie wskazani są Państwo oraz CONDITOR. W związku z tym, że rozliczają Państwo produkcję do CONDITOR, jest to jednoznaczne z tym, że my również przetwarzamy dane Państwa klientów, dlatego zgoda musi być udzielona również dla CONDITOR.

## Rekomendowany element Standardu Obsługi Klienta

### **Hasłowanie plików.**

Kontrola nad prawidłowym  
przetwarzaniem danych  
klientów.

### **Pobranie numeru telefonu, adresu e-mail klienta.**

## Wartość z zastosowanego elementu Standardu Obsługi Klienta

- Jeżeli przesyłasz dokument oferty lub umowy ubezpieczenia elektronicznie, np. drogą mailową, dokument taki zawsze należy zaszyfrować przez nadanie hasła. W przypadku, gdy wiadomość zostanie omyłkowo przesłana na błędny adres mailowy, obiorca nie będzie mógł go odczytać.
- Ważne jest, żeby hasła do pliku nie przesyłać w tej samej wiadomości.
- Zalecamy stosowanie tzw. Podpowiedzi do hasła, np. „Hasłem do pliku jest Pani/Pana numer PESEL”
- Jeżeli chcesz udostępnić hasło, prześlij je innym środkiem komunikacji, np. sms-em.

### **Pobranie zarówno numeru telefonu, jak i adresu e-mail zwiększa szansę na skuteczny kontakt z klientem.**

Argumentem, który przekonuje klienta do podania swoich danych kontaktowych, jest deklaracja, że w kolejnym roku będziemy przypominać klientowi o kończących się polisach, ratach.

## Rekomendowany element Standardu Obsługi Klienta

### **Prowadzenie bazy klientów.**

Rekomendujemy prowadzenie bazy klientów, która powinna być podstawą pracy każdego doradcy. W bazie powinny być wprowadzane następujące informacje:

- dane klienta,
- dane kontaktowe,
- zawarte polisy,
- informacje o szansach sprzedaży krzyżowej,
- przypomnienia o ważnych datach.

**Dużo łatwiej jest kompleksowo obsłużyć jednego klienta, niż pozyskać kilku nowych.**

### **Prośba o rekomendację.**

Zbudowana relacja z klientem i przedstawienie oferty, która spełni jego oczekiwania mogą zaowocować rekomendacją naszej obsługi klienta znajomym i rodzinie.

**Warto o to aktywnie zabiegać, przekazując dodatkowe wizytówki i prosząc o polecenie.**

Rekomendowany  
element Standardu  
Obsługi Klienta

**Jeśli nie udało Ci się zamknąć sprzedaży podczas wizyty klienta w biurze, zalecamy ponowny kontakt.**

Wartość  
z zastosowanego  
elementu Standardu  
Obsługi Klienta

Angażując się w przeprowadzenie analizy potrzeb i przygotowanie oferty warto doprowadzić proces sprzedaży do końca – dopilnować, aby klient podpisał polisę w naszym biurze.

**Ustal z klientem powód niezawarcia ubezpieczenia oraz zaproponuj kolejne spotkanie, na którym powrócicie do rozmów sprzedażowych lub możliwości sprzedaży zdalnej.**

## Dodatkowe rekomendacje

### Zadbaj o wizerunek profesjonalisty:

- wygląd (czyste i ułożone włosy, czyste i zadbane paznokcie, ubiór zgodny z obowiązującym dress code, który stanowi załącznik do standardu obsługi klienta),
- sprawna i bezbłędna obsługa sprzętu biurowego – komputera (obsługa aplikacji, pisanie na klawiaturze), drukarki, skanera,
- wiedza merytoryczna pozwalająca na bezbłędne przygotowywanie ofert oraz zawieranie polis.

### Zadbaj o biuro, w którym przyjmujesz klientów:

- sprawdź i zadbaj o to, aby w bazach teleadresowych w Internecie widniał poprawny adres i telefon do Twojego biura,
- oznakuj swoje biuro, aby klient bez problemu dojrzał Twoje biuro przyjeżdżając samochodem, wszedł do niego bez błędzenia i wiedział, czym się zajmujesz, pod jaką marką działasz, jakich towarzystw ubezpieczeniowych ofertę posiadasz,
- zadbaj o miejsce do obsługi pozwalające prowadzenie swobodnej rozmowy,
- przygotuj miejsce, w którym klient komfortowo będzie mógł poczekać na obsługę,
- zadbaj o to, aby dokumenty klientów były niedostępne a dane na nich zawarte niewidoczne dla innych,
- zadbaj o porządek w biurze – czyste biurka, podłogi, okna, uprzątnięte śmieci, poukładane dokumenty.

## Dress code

### Kobiety

KOSZULE, BLUZKI, SUKIENKI  
bez głębokiego dekoltu,  
zakrywające plecy oraz brzuch,  
również krótki rękaw, jednolite  
kolory, paski, kratki, delikatne wzory,  
nierażące kolory.

MARYNARKI  
jednolite kolory, paski, kratki,  
delikatne wzory, nierażące kolory.

SWERTY  
z koszulą pod spodem.

SPÓDNICE  
nie krótsze niż 5 cm powyżej kolan.

SPODNIE  
jednolite kolory, paski, kratki,  
delikatne wzory. Możliwe jeansy  
w ciemniejszych kolorach,  
klasyczne, w jednolitym kolorze, bez  
przetarć.

POŃCZOCHY  
stonowane w kolorze czarnym lub  
cielistym.

OBUWIE  
wyjściowe, klasyczne (z zakrytymi  
palcami).

### Mężczyźni

MARYNARKI  
jednolite kolory, paski, kratki,  
delikatne wzory, nierażące kolory.

KOSZULE, KOSZULKI POLO oraz  
KRAWATY  
jednolite, paski, kratki, delikatne  
wzory, również krótki rękaw,  
w nierażących kolorach

SPODNIE  
jednolite kolory, paski, kratki,  
delikatne wzory. Możliwe jeansy  
w ciemniejszych kolorach,  
klasyczne, w jednolitym kolorze,  
bez przetarć.

SWERTY  
jednolite, paski, kratki, delikatne  
wzory, z koszulą lub koszulką polo  
pod spodem.

SKARPETKI  
w stonowanych kolorach,  
bez wzorów.

OBUWIE  
klasyczne pobyty.

### CAŁKOWITY ZAKAZ

kłapek, sandałów, obuwia sportowego, koronek, przezroczystości, zbyt dużej ilości  
biżuterii, rażących skarpetek, krótkich spodenek, legginsów oraz rażących kolorów.



## Dress code

Kobiety



Mężczyźni



## Uwagi i notatki

A large grid of dashed lines, intended for taking notes or observations. The grid consists of approximately 30 columns and 40 rows of small squares formed by dashed lines.