Pracovník distančního zákaznického servisu (kód: 66-029-M)

Autorizující orgán: Ministerstvo průmyslu a obchodu
Skupina oborů: Obchod (kód: 66)
Týká se povolání:
Kvalifikační úroveň NSK - EQF: 4

Odborná způsobilost

Název	Úroveň
Vyřízení požadavku včetně reklamace VIP zákazníka po telefonu se zahrnutím širších souvislostí	4
Nabídka a prodej produktů po telefonu	3
Vyřízení reklamace zákazníka po telefonu	4
Vedení písemné a elektronické komunikace v kontaktním centru	3
Vyhodnocování, analýza, reporting, prezentace výsledků z oblasti zákaznického servisu a předání zpětné vazby	4
Orientace v zákonných normách pro oblast ochrany spotřebitele, ochrany osobních údajů a ve standardech pro práci s kreditními kartami	4
Zaškolení další osoby v kontaktním centru	4
Poskytování distančního zákaznického servisu v anglickém jazyce na minimální úrovni (B2)	5
Orientace v úloze zákaznického servisu v organizační struktuře firmy	4

Platnost standardu

Standard je platný od: 29.06.2015 do: 20.10.2022

Organizační a metodické pokyny

Pokyny k realizaci zkoušky

Autorizovaná osoba informuje, které doklady musí uchazeč předložit, aby zkouška proběhla v souladu s platnými právními předpisy.

Před zahájením vlastního ověřování musí být uchazeč seznámen s pracovištěm a s požadavky bezpečnosti a ochrany zdraví při práci (BOZP) a požární ochrany (PO). Zdravotní způsobilost není vyžadována.

V rámci zkoušky dojde k ověření obecných kompetencí nezbytných pro výkon profese. Cílem zkoušky nebude a nemůže být zkouška znalostí tvořících konkretní obsah služeb (bankovnictví, letecká doprava, pojišťovnictví, atd.).

Požadavky k ověření jednotlivých kompetencí

Vyřízení požadavku včetně reklamace VIP zákazníka po telefonu se zahrnutím širších souvislostí („zákaznický servis v kontextu“)

Schopnost vyřízení požadavku VIP zákazníka po telefonu "v širších souvislostech" je mimořádně důležitým parametrem, který zásadně odlišuje tuto pozici od pozice "Operátor call centra". Pracovník na pozici "Pracovník distančního zákaznického servisu" je schopen vyřídit požadavky tak, aby při komunikaci bral zvláštní zřetel na profesní, rodinné, osobnostní a další specifika konkrétního VIP zákazníka.
Uchazeč obdrží detailní zadání, které vedle specifikace požadavku či reklamace bude obsahovat dodatečné detailní informace, a to:

- o volajícím zákazníkovi
- o historii kontaktů daného zákazníka
- další doplňkové informace týkající se produktu/služby („Předpověď počasí v destinaci“)

Bude následovat praktické předvedení s figurantem, roli figuranta po dobu ověření zastává někdo ze zkoušejících.
Uchazeč bude muset prokázat komunikační dovednosti (např. prezentovat zákazníkovi aspekty poskytnuté služby tak, aby si je zákazník uvědomil a ocenil).

Nabídka a prodej produktů po telefonu
Uchazeč dostane k dispozici 3 přepisy hovorů (Nabídka a prodej produktů po telefonu), z nichž 1 bude správný.
Uchazeč zvolí 1 přepis, který považuje za správný a před zkušební komisí svoji volbu ústně zdůvodní.

Vyřízení reklamace zákazníka po telefonu
Uchazeč dostane k dispozici 3 přepisy hovorů (Vyřízení reklamace po telefonu), z nichž 1 bude správný. Uchazeč zvolí 1 přepis, který považuje za správný a před zkušební komisí svoji volbu ústně zdůvodní.
Uchazeč prokáže v praktické ukázce s figurantem dovednost reklamaci vyřídit – figurant bude volat (viz materiální předpoklady). Figurantem bude někdo ze zkoušejících.
Uchazeč bude vyzván, aby představil alespoň 3 techniky na zvládání stresu.

Vedení písemné a elektronické komunikace v kontaktnim centru
Uchazeč dostane k dispozici fiktivní požadavek zákazníka obdržený elektronickou poštou a dostane za úkol napsat a odeslat odpověď.
Bude se jednat o požadavek v rozsahu ½ strany A4. K odepsání bude mít limitovaný čas.
Uchazeč zodpoví písemně 3 otázky na téma dodržení etiky v písemné komunikaci.

Vyhodnocování, analýza, reporting, prezentace výsledků a předání zpětné vazby
Uchazeč obdrží písemné zadání (obvyklá situace z oblasti zákaznického servisu). Zadání bude formulováno tak, že umožní ověřit následující praktické dovednosti:
- Krátký výpočet v aplikaci v tabulkovém editoru: tabulka denních hodnot za 3 měsíce s cílem vyhodnotit kvartální trend
- Výpočet ukazatelů výkonnosti při zpracování zákaznických požadavků (např. Průměrná doba potřebná k vyřízení zákaznického požadavku)
- Sumarizaci závěru v prezentační aplikaci a předání zpětné vazby – jak marketingovému oddělení (co zlepšit na poskytovaném produktu), tak i kontaktnímu centru (jak pracovat efektivněji)
- Prezentace závěrů zkušební komisi a schopnost odpovědět na doplňující otázky

Zaškolení další osoby v kontaktním centru
Uchazeč obdrží zadání – odchází zaměstnanec s klíčovou znalostí a přichází nováček a mají k dispozici 1 měsíc na zaškolení. Uchazeč bude mít za úkol:

- Identifikovat vzdělávací potřeby a sestavit seznam potřeb formulovaných jako jednotlivé cíle
- K identifikovaným cílů přiřadí časovou osu – tj. rozvrnout vzdělávací cíle do týdnů
- Zkušební komise vybere jeden z indentifikovaných cílů a uchazeč prakticky předvede reálné zaškolení na figurantovi. Roli figuranta po dobu ověření zastává někdo ze zkoušejících

Orientace v zákonných normách pro oblast ochrany spotřebitele, ochrany osobních údajů a ve standardech pro práci s kreditními kartami

- Bude ověřeno testovými otázkami. Pro potřeby zkoušky připraví autorizovaná osoba minimálně 20 otázek.

Poskytování distančního zákaznického servisu v anglickém jazyce (úroveň B2)
V případě, že zkoušený má platný certifikát na úroveň alespoň B2, potom je možné tyto kompetence považovat za splněné.
Ústní část bude ověřena buď přímo členem zkušební komise nebo přísedícím, který se telefonicky spojí přímo s uchazečem v přítomnosti zkušejících. Praktické ověření by mělo trvat asi 10 minut.
Orientace v úloze zákaznického servisu v organizační struktuře firmy
Uchazeč vysvětlí, jaká je role zákaznického servisu ve firmě. Tato kompetence ověřuje, zda uchazeč má dostatečný nadhled, tj. zvládá výkon aktivit s vědomím, jak přispívá k výsledkům firmy.
Uchazeč musí prokázat, že „perfektní zpracování požadavků zákazníka“ není cílem, ale prostředkem k tomu, jak udržet loajalitu zákazníka k produktu a značce a soustavně tak přispívat k obchodním výsledkům firmy.
Uchazeč prokáže pochopení toho, že zákaznický servis je zdrojem důležité zpětné vazby pro obchodní a marketingový úsek a že jednotlivé zpracované zákaznické požadavky je třeba vyhodnotit a předat obchodně-marketingovému úseku, který následně může např. iniciovat úpravu produktu, změnu obchodních podmínek apod.

Autoři standardu

Autoři kvalifikačního standardu

Kvalifikační standard profesní kvalifikace připravila SR pro obchod a marketing, ustavená a licencovaná pro tuto činnost HK ČR a SP ČR.

Na tvorbě se dále podílely subjekty zastoupené v pracovní skupině:
BlueLink International CZ, s. r. o.
SANTIA
SPAR Česká obchodní společnost, s. r. o.