

Kvalitet og kundeservice i turist og rejsebranchen

Kort fortalt

Efter uddannelsen kan deltageren yde kundeservice og deltage i kvalitetsarbejdet. Deltageren kan håndtere forskellige kundetyper. På uddannelsen arbejdes blandt andet med kundeforståelse og loyalitet, konflikthåndtering samt kulturdifferentieret service.

Kursusinfo

Kursets indhold

- Gæsternes behov og helhedsoplevelse
- Service og værtskab i turistbranchen
- Bæredygtighed i ord og billeder
- Kommunikation og konflikthåndtering
- Din virksomheds mål, strategi og servicepolitik

Udbytte

Målet med kurset er, at du:

- efter kurset kan yde kundeservice i overensstemmelse med virksomhedens mål og serviceprofil
- opnår kompetencer, hvor du ved sprogbrug og adfærd kan håndtere de enkelte gæstetyper, og håndtere eventuelle opståede konflikter samt yde en kulturdifferentieret service under hensyn til de særlige forhold i turist- og rejsebranchen
- får indblik i betydningen af kvaliteten i leverancen i forhold til virksomhedens troværdighed og omdømme
- kan forholde dig til kvalitetskrav fra kunder, interne og eksterne samarbejdspartnere

Fag: Kvalitet og kundeservice i turist og rejsebranchen

› Fagnummer:

46500

› Varighed

2 dage

› AMU-pris:

DKK 252,00

› Uden for målgruppe:

DKK 1.187,60

Målgruppe: Uddannelsen er udviklet til frontmedarbejdere i turist-, rejse- og oplevelsesbranchen som har lidt eller nogen erfaringer med service, og som har en uddannelsesbaggrund til og med erhvervsuddannelsesniveaet.

› Kontakt

Tina Nørgaard
91333309
tinn@ah.dk

› Kursuspris

AMU-pris:
DKK 252,00

**Uden for AMU-
målgruppe:**
DKK 1.187,60

› Tilmelding



Beskrivelse: Deltageren kan yde kundeservice ved personlig og telefonisk betjening. Deltageren kan gøre dette i overensstemmelse med virksomhedens mål og serviceprofil. Endvidere kan deltageren ved sin sprogbrug og adfærd håndtere de enkelte kundetyper, og håndtere eventuelle opståede konflikter samt yde en kulturdifferentieret service under hensyn til de særlige forhold i turist- og rejsebranchen. Deltageren kender betydningen af kvalitet i leverancen for virksomhedens troværdighed og omdømme. Deltageren kan forholde sig til kvalitetskrav fra kunder, interne og eksterne samarbejdspartnere, samt vurdere eget bidrag i forhold til virksomhedens kvalitetsarbejde.