

BUSINESS ENGLISH



English for Customer Care

**SHORT COURSE
SERIES**





English for Customer Care

Rosemary Richey

Edycja polska:
zespół redakcyjny
wydawnictwa BC.edu

**SHORT COURSE
SERIES**



Wydano na licencji Cornelsen Verlag GmbH & Co OHG, Berlin.

Przy opracowywaniu edycji polskiej wykorzystano tekst, zdjęcia, ilustracje oraz nagrania do podręcznika **English for Customer Care** (autor: Rosemary Richey).

Zdjęcia	David Hanover/CORBIS (okładka); Alamy Images: str. 48/J. Powell Photographer; Banana Stock: str. 22, 24, 25, 27, 30, 55; Comstock: str. 29, 55; Corbis GmbH: str. 32/R. Lewine, str. 37, 51, 54, 55/C. Savage; Das Fotoarchiv: str. 16/A. Buck, 18/A. Buck; Getty Images: str. 5, 11, 15, 21, 30, 34/altrendo images, 38, 47, 48/J. Dewey, 57; Zefa: str. 5/Masterfile (2)/M. Thomsen, 12/M. Thomsen, 42/C. Goerling, 48/Grace
Rysunki	Oxford Designers and Illustrators

Edycja polska:

Adaptacja	Urszula Goebel, Ewa Lemiesz
Redakcja	Izabella Jastrzębska-Okoń
Skład	Maciej Matejewski

Wszelkie prawa zastrzeżone. Zabrania się wykorzystywania niniejszej książki i jej części do innych celów niż prawnie ujęte bez uprzedniej pisemnej zgody wydawcy. Zgodnie z ustawą o prawie autorskim, bez uprzedniej zgody wydawcy zabrania się powielania, zapisywania, jak też zamieszczania dzieła i jego części w sieci komputerowej, a także w wewnętrznej sieci szkół i innych placówek oświatowych.

Wszelka zbieżność polskich nazwisk, adresów, nazw firm, stron internetowych itp. jest przypadkowa.






© Cornelsen Verlag GmbH & Co OHG, Berlin 2005

Wydawnictwo BC.edu, Warszawa 2008

Wydanie II

ISBN 978-83-7802-172-8

Contents

PAGE	UNIT TITLE	TOPICS	LANGUAGE TIPS AND STRATEGIES
5	1 Introduction to customer care	A customer care success story Customer care businesses and jobs  Surprising facts about customer care	Making suggestions Skills and qualities for good customer care
11	2 Face to face with customers	Body language A company visit Meeting do's and don'ts At a trade fair  The invisible customer	Basic socializing language The importance of small talk Follow-up Steps for winning customers in your presentations
21	3 Dealing with customers on the phone	General telephoning The 'customer care' phone call  What the customers really hear	Being courteous on the phone Making sure you understand Making arrangements
30	4 Call centre success	Taking an order Hotline (Troubleshooting)  Customer-centred call centres	The first impression Clarifying and explaining Checking comprehension
38	5 Delivering customer care through writing	Effective letters and emails Formal and informal writing styles The five Cs of customer care writing  A case study	Salutations and closes Standard phrases for handling customers (connecting with the reader, taking action, etc) Enclosures and attachments
47	6 Dealing with problems and complaints	Complaint strategies and policies The letter of apology Explaining company policy  Some opinions about complaints and apologies	Softening bad news and apologizing Problem-solving steps
PAGE	APPENDIX		
56	Test yourself!		
58	Partner Files Partner A		
60	Partner Files Partner B		
62	Answer key		
68	Transcripts		
72	A-Z word list		
76	Useful phrases and vocabulary		

Wprowadzenie

English for Customer Care powstał z myślą o osobach pracujących przy bezpośredniej obsłudze klienta. Specyficzne dla takich sytuacji zwroty i opanowanie stosownych technik komunikacyjnych bardzo przydadzą się w rozmowie z klientem, w dziale sprzedaży, w sklepie, banku, hotelu, podczas rozmowy telefonicznej w Call Center lub przy obsłudze infolinii.

Niniejszy podręcznik z serii **SHORT COURSE** przedstawia najważniejsze angielskie określenia i zwroty, a także podaje przykładowe scenariusze rozmów, bardzo przydatne w miejscu pracy.

English for Customer Care składa się z sześciu rozdziałów. W pierwszym rozdziale wprowadzono podstawowe zagadnienia z zakresu obsługi klienta. W kolejnych czterech rozdziałach omówione zostały różne formy kontaktu z klientem: osobista rozmowa, kontakt telefoniczny (z uwzględnieniem sytuacji typowych dla Call center) i kontakt pisemny. W ostatnim rozdziale zaprezentowano słowa i zwroty, które przydadzą się, gdy będziemy musieli przyjąć reklamację.



Każdy z rozdziałów rozpoczyna się tzw. **First approach**, składającym się z krótkich ćwiczeń, *Brainstorming* lub kwizu. Po nim następują dialogi (nagrane także na dołączonej **plycie kompaktowej**), teksty, przykłady autentycznych dokumentów, jak również szereg ćwiczeń uczących angielskich słów i zwrotów poprzez zastosowanie ich w określonym kontekście. W każdym z rozdziałów znajduje się odsyłacz do **Partner files** (str. 58), gdzie zamieszczono różnorodne scenariusze rozmów – do przećwiczenia z partnerem/partnerką. Ułatwią one opanowanie słownictwa z danego rozdziału i nauczą stosowania go w konkretnych sytuacjach.



English for Customer Care służy nie tylko do rozwijania sprawności językowych, lecz także do pogłębiania fachowej wiedzy. Każdy z rozdziałów kończy się tekstem **Outlook**, nawiązującym tematycznie do treści rozdziału i mającym zachęcić do dyskusji. W ramach **Customer focus extra** można znaleźć różne wskazówki i zwroty przydatne w kontakcie z klientami.

Świetnym sprawdzianem wiedzy jest **Test yourself!** – krzyżówka, w której znajduje się przekrój całego słownictwa z tego podręcznika.

English for Customer Care zawiera także **Answer key**, na podstawie którego można samodzielnie sprawdzić poprawność rozwiązań, oraz **A–Z word list**, gdzie podano angielską wymowę i polskie odpowiedniki wszystkich trudniejszych wyrazów użytych w podręczniku.

1

Introduction to customer care



First approach

People have strong opinions about customer care. What is important for you as a customer?
Work with a partner to make a list of the kind of services you expect.

Notes



1 Read this true customer care success story and find four word partnerships with 'customer'.



Can you add any other words to make more partnerships?

amazon.com

Focus on ... Amazon

Amazon.com is one of the most successful companies on the Internet. It boasts of the latest technological website trends, but the company is especially well-known for its customer satisfaction for online shopping.

Customer convenience is the top priority at Amazon.com. Visit the site once, and when you return, Amazon.com remembers your name and when you visited

the site. You can instantly see what items you have bought. It also shows where you browsed on earlier visits. The customer-friendly IT system recommends other titles or products that might be of interest the next time you shop.

At Amazon.com, top technology gives customer satisfaction. Moreover, the website helplines assist customers with any enquiry, order

or even with complaints or problems. The Amazon agents are ready to give customers efficient service by email or phone.

The highest customer aim is to make shopping more convenient and enjoyable. Amazon.com wants to make sure that customers finish their transactions with a positive impression. This is essential to the continued success of Amazon.com.

VOCABULARY ASSISTANT

to assist *pomagać* to boast of sth *chłubić się*
czymś to browse *surfować*
 convenience *komfort, wygoda* enquiry *zapytanie*

According to the article, why is Amazon so successful?

Complete this list.

Notes

1 *updated technology*

2

3

4

5

2 Find a word in the text that means the same as:

- | | |
|--------------------------|--------------------------|
| 1 to be proud of | 5 fast and organized |
| 2 the highest importance | 6 easy or helpful to use |
| 3 to suggest | 7 nice |
| 4 to help | 8 very important |

Now use words from above to complete these sentences.

- a Our customers' satisfaction is our top _____.
- b If you contact our call centre, one of our agents can _____ you.
- c Good communication skills are _____ in any customer care job.
- d And you can pay by credit card, which is very _____ when shopping online.
- e We can offer a quicker and more _____ level of service with our new call centre.
- f If you are happy with our products, please _____ us to a friend.

3 You are in a meeting with a possible new customer. Answer his or her questions about your company with some key vocabulary from the text.

Q What makes your company different?

A Our company boasts of _____ 1.

We're especially well-known for _____ 2.

Q How do you make it easy and convenient for the customer?

A We offer convenience to the customers with _____ 3.

Q How do I get after-sales service?

A We give efficient customer service by _____ 4.

Q What is the most important focus for your customers?

A Our top priority is to _____ 5.