Temat: Różnice kulturowe w obsłudze klienta – porównanie Polski i Hiszpanii

1. Cele lekcji

Cele ogólne

- Uczniowie poznają wpływ kultury na sposób obsługi klienta.
- Uczniowie porównają standardy obsługi w Polsce i Hiszpanii.
- Uczniowie rozwiną kompetencje komunikacyjne i międzykulturowe.

Cele szczegółowe – uczeń:

- wyjaśnia pojęcie *różnic kulturowych* w handlu,
- wskazuje cechy charakterystyczne obsługi klienta w Polsce i Hiszpanii,
- analizuje przykłady zachowań sprzedawców i klientów,
- odgrywa scenki sprzedażowe w stylu polskim i hiszpańskim,
- potrafi dostosować styl komunikacji do klienta z innego kraju.

2. Metody pracy

- burza mózgów
- analiza przypadku
- praca w grupach
- odgrywanie scenek (role-play)
- miniwykład
- dyskusja kierowana

3. Formy pracy

- praca indywidualna
- praca w parach
- praca w grupach

4. Środki dydaktyczne

- karta pracy z tabelą porównawczą
- przykłady dialogów sprzedażowych

5. Przebieg lekcji

1. Faza wstępna (5 min)

1. Powitanie uczniów.
2. Nauczyciel zadaje pytanie: **„Co według Was najbardziej różni Hiszpanów od Polaków w codziennej komunikacji?”**
3. Burza mózgów – uczniowie podają skojarzenia (temperament, gestykulacja, dystans, punktualność, otwartość).

2. Wprowadzenie do tematu (5 min)

Nauczyciel przedstawia cel lekcji i krótko wyjaśnia, że kultura wpływa na:

- sposób mówienia,
- gesty,
- dystans fizyczny,
- tempo rozmowy,
- sposób wyrażania emocji,
- podejście do klienta.

3. Analiza różnic kulturowych (10 min)

Uczniowie otrzymują kartę pracy z tabelą:

Obszar	Polska	Hiszpania
Powitanie		
Kontakt wzrokowy		
Gestykulacja		
Dystans fizyczny		
Tempo rozmowy		
Styl obsługi		
Reklamacje		

Nauczyciel omawia najważniejsze różnice:

- Hiszpania: większa ekspresja, częsty uśmiech, dłuższy small talk, mniejszy dystans, bardziej emocjonalna komunikacja.
- Polska: większa formalność, krótsze rozmowy, większy dystans, bardziej rzeczowe podejście.

4. Studium przypadku – sytuacje z praktyk (10 min)

Nauczyciel przedstawia 2–3 krótkie sytuacje zaobserwowane w Hiszpanii, np.:

- Sprzedawca prowadzi krótką rozmowę o pogodzie zanim przejdzie do sprzedaży.
- Klient wchodzi do sklepu i głośno wita wszystkich.
- Sprzedawca stoi blisko klienta i często używa gestów.

Uczniowie analizują:

- Co w tej sytuacji byłoby naturalne w Polsce?
- Co mogłoby być odebrane jako nietypowe?
- Jak dostosować obsługę do klienta hiszpańskiego?

5. Scenki sprzedażowe – role-play (15 min)

Uczniowie pracują w parach.

Każda para przygotowuje dwie wersje tej samej scenki:

1. Obsługa klienta w stylu polskim i hiszpańskim.

Przykładowe sytuacje:

- zakup odzieży,
- reklamacja produktu,
- pytanie o promocję,
- wybór produktu spożywczego.

Po odegraniu scenek nauczyciel omawia:

- różnice w komunikacji,
- mocne strony obu stylów,
- co można przenieść do polskich realiów.

6. Podsumowanie (5 min)

Nauczyciel zadaje pytania podsumowujące:

- Co najbardziej zaskoczyło Was w hiszpańskiej obsłudze klienta?
- Jakie elementy moglibyśmy wykorzystać w Polsce?
- Dlaczego znajomość różnic kulturowych jest ważna w zawodzie handlowca?
- Test sprawdzający

DIALOGI DO SCENEK – Polska vs Hiszpania

1. Scenka: zakup odzieży

PL Wersja polska – styl formalny

Sprzedawca: Dzień dobry, w czym mogę pomóc?

Klient: Szukam koszuli w rozmiarze M.

Sprzedawca: Proszę bardzo, tutaj mamy dostępne modele.

Klient: Czy jest inny kolor?

Sprzedawca: Tak, proszę spojrzeć – biały, granatowy i szary.

ES Wersja hiszpańska – styl ekspresyjny, relacyjny

Sprzedawca: ¡Hola! ¿Qué tal? Jak mija dzień?

Klient: Muy bien, gracias. Szukam koszuli M.

Sprzedawca: Super! Mamy świetne modele, proszę zobaczyć.

Klient: A są inne kolory?

Sprzedawca: Claro, oczywiście! Ten granatowy wygląda genialnie, bardzo modny w tym sezonie.

2. Scenka: reklamacja

PL Wersja polska – rzeczowa, konkretna

Klient: Chciałbym zareklamować ten produkt, jest uszkodzony.

Sprzedawca: Proszę o paragon.

Klient: Oto on.

Sprzedawca: Dobrze, przyjmuję reklamację. Rozpatrzymy ją w ciągu 14 dni.

ES Wersja hiszpańska – empatyczna, emocjonalna

Klient: Ten produkt jest uszkodzony, to dla mnie problem.

Sprzedawca: ¡Ay, lo siento mucho! Bardzo mi przykro, zaraz pomożemy.

Klient: Mam paragon.

Sprzedawca: Perfecto, zajmiemy się tym od razu. Zrobimy wszystko, żeby rozwiązać sprawę jak najszybciej.

Podsumowanie scenek

Różnice kulturowe wpływają na sposób komunikacji, gesty, dystans i oczekiwania klienta. Handlowiec, który je zna, potrafi lepiej dopasować styl obsługi i uniknąć nieporozumień.

Np. Hiszpan częściej używa gestów, stoi bliżej klienta, zaczyna rozmowę od small talku; Polak jest bardziej formalny, zachowuje dystans, szybciej przechodzi do sedna.

TEST SPRAWDZAJĄCY – Różnice kulturowe w obsłudze klienta

wybór odpowiedzi (1 pkt za każde pytanie)

1. Hiszpański styl obsługi klienta charakteryzuje się:

A. dużą formalnością

B. małą gestykulacją

C. ekspresyjnością i otwartością

D. unikaniem kontaktu wzrokowego

2. W Polsce sprzedawca zwykle:

A. zaczyna rozmowę od small talku

B. zachowuje większy dystans fizyczny

C. stoi bardzo blisko klienta

D. mówi głośno i emocjonalnie

3. Small talk w Hiszpanii jest:

A. niegrzeczny

B. zbędny

C. naturalnym elementem obsługi

D. zakazany

KLUCZ ODPOWIEDZI

C

B

C