

## **Jak zlepšit telefonickou komunikaci se zákazníky**

Proč patří telefonický kontakt k nejnáročnějším způsobům komunikace? Co to jsou komunikační šumy a jak se jim bránit? Jak vytvářet atmosféru porozumění se zákazníkem? Co dělat, abychom lépe snášeli stres vzniklý telefonickou komunikací? Jak zvládat konflikty? Co dělat, aby konflikt vůbec nevzniknul? Jak se vyznat v různých typech zákazníků?

---

Aktivní/pasivní telemarketing patří dnes neodmyslitelně k repertoáru aktivní péče o zákazníky. Telefonický kontakt se zákazníkem je mnohdy jediným osobním kontaktem, který s našimi zákazníky máme. Vysoká odbornost a 100% připravenost „operátorů“ (pracovníků call centra) řešit širokou paletu možných situací je dnes požadavkem doby. Nikoli vždy však „operátoři“ požadované profesní kvality a výcvik mají. Workshop **Jak zlepšit telefonickou komunikaci se zákazníky** si klade za cíl praktikující operátory uvést hlouběji do tématu telefonické komunikace, prozákaznické orientace, asertivity, přijímání kritiky a stížností ze strany zákazníka, řešení krizových situací.

### **Orientační tematická struktura dvoudenního tréninku**

#### **Co všechno je slyšet ?**

- Co je to ta magická „komunikace“?
- Proč nezáleží jen na tom, co říkáme, ale i na tom, jak to říkáme?
- Čím se odlišuje vztahová a obsahová složka komunikace?
- Jak pečovat o svůj hlas?
- Proč je úsměv slyšet?
- Jak můžeme správným dýcháním zpříjemnit svůj hlas?

#### **Proč není aktivní naslouchání ztrátou času ?**

- Čím se odlišuje aktivní naslouchání od prostého slyšení?
- K čemu je vlastně dobré aktivní naslouchání v komunikaci?
- Platí nás zákazníci za skvělé technologické znalosti, nebo i za prozákaznickou orientaci, zájem a péči?
- Co se stane, když budeme jen „technokraty“? A neb help-desk versus klientská obsluha?
- Jaké informace můžeme při aktivním naslouchání zachytit?
- Čeho se vyvarovat v rámci aktivního naslouchání?

#### **Kdo se ptá, ten vede rozhovor**

- Proč jsou otázky nezbytnou součástí telefonického rozhovoru?
- Co se stane, když se nevyptáváme a hned navrhneme technické řešení?
- Jakých 7 druhů otázek rozeznáváme?
- Jak dokonale zvládnout mistrovskou práci s otázkami?

### **Jak se bránit komunikačním šumům?**

- V čem spočívají výhody a rizika kouzelného sluchátka?
- Jak vznikají komunikační šumy?
- Které šumy známe?
- Jak se úspěšně bránit komunikačním šumům a nedorozuměním?
- Co je to aktivní naslouchání a jak nám může pomoci?
- Co dělat, když už k šumu dojde?

### **Porozumění, známá neznámá?**

- Jak lze záměrně budovat pocit porozumění a sympatií?
- Co je to model ARK?
- Proč má každý tak trochu svou realitu?
- Jak konkrétně zvyšovat pocit afinity?
- Čím zaručeně druhou stranu odradíte od hovoru?
- Proč a jak používat jméno volajícího?

### **Jak má vypadat profesionální telefonický hovor?**

- Kdy a jak se představit?
- Jakým formulacím je lepší se vyhnout?
- Proč se utvrzovat ve vzájemném pochopení sděleného?
- Jak vhodně ukončit telefonický rozhovor?
- Jak skloubit administrativu a telefonickou komunikaci se zákazníkem?
- Kdy a proč děkovat zákazníkovi?

### **Proč se chytří lidé někdy chovají hloupě?**

- Co je to psychologická typologie zákazníků?
- Jaké psychologické typologie zákazníků známe?
- K jakému psychologickému typu sami náležíme?
- S kým si budeme pravděpodobně dobře rozumět a s kým trochu hůře?
- Čem je tzv. živlová typologie zákazníků?
- Jak rozpoznáme jednotlivé „živlové typy“ zákazníků jak s nimi dobře vycházet?

### **Kde načerpat duševní sílu a optimismus?**

- Lze cíleně posilovat duševní nezdolnost?
- Jak nám pomůže jóga?
- Co je to meditace klidu?
- V čem nám prospívají čínská bioenergetická cvičení?
- Jak správně dýchat?
- Jak jednoduše zvládat stres?

### Co nedělat když se objeví konflikt?

- Jaké typy konfliktů nejčastěji řešíme?
- Co dělat, když je druhá strana agresivní?
- Jak hledat cestu ke kompromisu a řešení situace?
- Jak se zachovat při oprávněné kritice?
- Jak se projevuje manipulace a co s ní?
- Co je to komunikační judo a jak funguje?

**Rozsah:** 2 tréninkové dny (16 tréninkových hodin)

### Doplňkové služby \*:



### MYSTERY CALLING

- Zjistěte jaká je úroveň vámi poskytovaných služeb z pohledu zákazníků
- Tajný zákazník v souladu s vámi vybranou modelovou situací zhodnotí profesionalitu vašich operátorů
- Je lepší vědět, nežli nevědět

## Ukázka protokolu z tajného nákupu

Mystery Calling

Protokol č. 2

<b>Název společnosti</b>	ABCD Prostějov
<b>Operátor</b>	Monika X
<b>Termín realizovaného hovoru</b>	21.3.2007
<b>Modelová situace č.</b>	2

### Hlavní body testovacího telefonátu:

Hovor přijal nesrozumitelný vrátný, zákazník se musí aktivně zorientovávat v tom, kam se to vlastně dovolal. Přepojení poté již rychlé, dozvídám se i jméno pracovníka, se kterým budu hovořit. Tento pracovník přijal hovor velmi rychle (cca do 10-ti sekund od prvního zazvonění).

Představuje se oznámením svého příjmení a názvem společnosti, jméno je vysloveno srozumitelně, název společnosti však již nelze rozpoznat. Zákazníka vyzývá k hovoru přílehlavou frází: „Prosím.“

Chybí otevřené otázky, velmi rychle přechází od zjišťování si informací o celé problematice k nabízení řešení. Chybí ujištění se, zda celou problematiku dobře pochopila, nepociťuji zájem o svoji problematiku, místo toho dostávám dlouhou a nepřehlednou, příliš podrobnou kalkulaci celé akce. Velmi jasně si dokáže říci o věci, které ona potřebuje pro svoji práci, nenechává však prostor pro „nadechnutí“ zákazníka, ten, chce-li se na něco zeptat či ji doplnit, musí být důrazný a nenechat se odradit.

Velmi rychlé tempo řeči, chybí zopakování nejdůležitějších informací. Zákazník má dojem, jako by to už nejraději měla za sebou.

Na doplňující otázky zákazníka odpovídá již pomalejším tempem, mnohem srozumitelnější.

Ani jednou v průběhu rozhovoru neoslovuje zákazníka jeho jménem.

Rychle hovor ukončuje. Poděkování za zavolání chybí. Rozloučení standardní.

Po ukončení rozhovoru si nejsem jistá, zda-li jsem jako zákazník na něco nezapomněla, zda-li nyní opravdu vím vše, co je nutno vědět.

### Celkový dojem:

Razantní, energická, nechává málo prostoru pro konkretizaci potřeb zákazníka, chybí aktivní naslouchání a ujištění se o problému, chybí otevřené otázky, rychlé tempo řeči, pravděpodobně dobrý odborník, je škoda, že své znalosti neumí lépe zabalit a podat.