

Telemarketing pro pokročilé

Trénink je určen zejména operátorům call center, zákaznických linek, oddělením technické podpory, ale i prodejcům, kteří se chtějí naučit lépe ovládat umění telefonického rozhovoru. V rámci tréninku si všímáme nejčastějších náročných pasáží v průběhu telefonického kontaktu se zákazníkem. Trénink je založený na řešení modelových situací a na společném rozboru audionahrávek hovorů.



Cíle jednodenního tréninku:

1. **Uvědomění si** klíčové důležitosti aktivního naslouchání jakožto integrální součásti profesionální péče o zákazníky
2. **Nácvik** tvořivého používání různých druhů a typů otázek v modelových situacích
3. **Rozbor** audiozáznamu telefonického hovoru s následnými doporučeními
4. **Nácvik** zvládnutí náročných zákazníků (agresivních, pasivních)
5. **Porozumění** hlubším motivům chování a specifických potřeb zákazníků

Tematická struktura tréninku:

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 navrhujeme technické řešení?
- ✓ Jakých 7 druhů otázek rozeznáváme?
- ✓ Jak dokonale zvládnout mistrovskou práci s otázkami?

Jak zvládat náročné zákazníky?

- ✓ Čím se odlišují agresivní, pasivní a asertivní zákazníci?
- ✓ Co s námi dělá agresivní ataka nespokojeného zákazníka?
- ✓ Jak mírnit pravděpodobnost rozvoje konfliktu se zákazníkem?
- ✓ Jak se bránit proti urážkám, napadání, křiku, tykání a vulgárním slovům?
- ✓ Čím my sami přispíváme k rozvoji konfliktu?
- ✓ Jak s pomocí autoregulačních cvičení (např. meditace dobrotivosti) zklidnit agresivního zákazníka?

Jak přijímat kritiku?

- ✓ Proč kritika ještě nemusí být osobním útokem?
- ✓ Za co nás zákazníci nejčastěji kritizují?
- ✓ Jaké návyky v příjmu kritiky máme?
- ✓ Co si počít s oprávněnou kritikou?
- ✓ Jak nakládat s oprávněnou kritikou nevhodně podanou?
- ✓ Co dělat s nepravdivou a nevhodně podanou kritikou?

Proč se chytrí 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?
- ✓ O čem je tzv. živlová typologie zákazníků?
- ✓ Jak rozpoznáme jednotlivé „živlové typy“ zákazníků jak s nimi dobře vycházet?

Jak se opět vyladit po problémovém zákazníkovi?

- ✓ Které benefity nám přinášejí koncentrační a relaxační cvičení?
- ✓ Jak provádět tato jednoduchá cvičení?

Rozsah: 1 výukový den (7 hodin)

Počet účastníků: 10

Lektor: 1

Výuková technika: Ano

Osvědčení: Ano (při alespoň 70% zvládnutí závěrečného testu)

Místo konání:

Termíny realizace:

Zpracoval: Mgr. Robert Stuchlík