

# КАРТА ТРЕНИНГОВ ПО ТЕЛЕФОННОМУ ОБЩЕНИЮ

**PUZZLE** Group

всё сложится!

# СОДЕРЖАНИЕ

Телефонное общение: кого, чему и зачем обучать	3
Телефонный сервис	4
Холодные звонки на результат	5
Профессиональное телефонное общение	6
Работа с ушедшими клиентами или реанимация клиентов	7
Работа со сложными клиентами и конфликтами	8
Работа с жалобами и рекламациями по телефону	9
Наши направления тренингов	10
О команде PUZZLE Group	11
Контакты	12



# ТЕЛЕФОННОЕ ОБЩЕНИЕ

Навыки телефонного общения для сотрудника современной компании - обязательная составляющая его личного успеха.

Основные сложности при телефонной коммуникации:

- психологический барьер звонка - надо позвонить, но как-то все откладываешь, а время уходит;
- «заскрипованность» - клиент словно с автоматом или роботом общается;
- скованная речь;
- и, наконец, отсутствие навыков управления переговорами в нужном ключе.

Тренинги по телефонному общению помогают преодолеть типичные и индивидуальные трудности в ведении телефонного взаимодействия с клиентами, партнерами и коллегами.



## Кого учим

Сотрудников контакт-центров и всех сотрудников, использующих в своей работе телефонное общение.

## Чему учим

В ходе тренингов участники осваивают нормы и правила общения по телефону, развивают деловую коммуникацию по телефону, формируют навыки совершения звонков с целью продаж или лоббирования интересов, развивают навыки взаимодействия в случае проблемных разговоров.

## Результат

В результате обучения участники осознают специфику общения по телефону, его преимущества и недостатки, учатся грамотному изложению и структурированию информации по телефону, приобретают умения управления входящими и исходящими звонками, овладевают навыками снятия агрессии по телефону, обретают уверенность в способности успешно решать вопросы путем телефонных переговоров.

# ТЕЛЕФОННЫЙ СЕРВИС

**Цель:** сформировать у сотрудников навыки профессионального телефонного взаимодействия с клиентами

**Для кого:** для телефонных сотрудников.

**Продолжительность:** 8 часов

<b>Основы телефонной коммуникации</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Актуальность навыка телефонного общения</li> <li>• Алгоритм телефонного разговора, основные этапы</li> <li>• 5 золотых принципов телефонной коммуникации: доброжелательность; активность; комфорт; корректность; выразительность</li> </ul>
<b>Основные правила общения по телефону</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Внимательность к информации клиента, запоминание и использование в разговоре</li> <li>• Уверенность и профессионализм</li> <li>• Постоянное присутствие сотрудника на линии</li> <li>• Безошибочная фиксация информации от собеседника в процессе разговора</li> <li>• Отсутствие шумов на линии</li> </ul>
<b>Постановка собеседника на удержание</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Постановка собеседника на краткосрочное ожидание</li> <li>• Действия при необходимости долгосрочного ожидания</li> <li>• Перевод собеседника на другого специалиста (при необходимости)</li> </ul>
<b>Работа с клиентом в нестандартных ситуациях</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Виды нестандартных ситуаций и правила реагирования: агрессивный клиент; вынужденный отказ клиенту в просьбе; оскорбления и угрозы со стороны клиента в адрес сотрудника и компании; разговорчивый клиент; технический сбой в работе компании; клиент требует пригласить к телефону руководителя</li> </ul>

## Результат:

- ✓ Участники понимают особенности позиционирования бизнес-консультанта
- ✓ Осознают необходимость повышения показателей продаж при сохранении высокого уровня сервиса
- ✓ Участники владеют инструментом «воронка продаж» для анализа и планирования деятельности
- ✓ Участники умеют управлять разговором, удерживать инициативу, владеют методом перехвата инициативы
- ✓ Участники понимают важность соблюдения этапов разговора и умеют их качественно проводить
- ✓ Отрабатывают и корректируют алгоритм и инструменты на разговоре с реальными клиентами

\*Программа тренинга носит предварительный характер и будет скорректирована с учётом пожеланий заказчика.

# ХОЛОДНЫЕ ЗВОНКИ НА РЕЗУЛЬТАТ

**Цель:** сформировать навыки работы по телефону с «холодной клиентской базой» с целью назначения встречи или продажи

**Для кого:** для сотрудников, осуществляющих «холодные звонки» в компании

**Продолжительность:** 16 часов

<b>Специфика «Холодных звонков»</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>«Холодные звонки»: особенности и отличия от других видов общения</li> <li>Значение и преимущества «Холодных звонков» в увеличении прибыли компании</li> <li>Статистика результативности «Холодных звонков». Воронка звонков. Количество, переходящее в качество</li> <li>Качества успешного менеджера, совершающего звонки</li> </ul>
<b>«Три кита» успешности «Холодных звонков»</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Три кита успешности «Холодных звонков»: Цель звонка, Сценарий звонка, Речь и характеристики голоса</li> </ul>
<b>Как перестать бояться «Холодных звонков» и начать получать от них удовольствие и результат?</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Способы самонастроя перед «Холодным звонком»</li> <li>Как создать желаемый образ в голове клиента</li> <li>Ориентация на Цель-максимум. Создание видения</li> <li>Качественная подготовка</li> <li>Грамотное позиционирование себя</li> </ul>
<b>Структура «Холодных звонков»: Общение с ЛПР</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Вступление в контакт</li> <li>Способы овладения вниманием руководителя</li> <li>Способы представления себя и компании</li> <li>Способы объяснения причины звонка</li> <li>Способы назначения встречи</li> <li>Уместность используемых изображений желаемым эмоциям и цели презентации</li> <li>Требования к используемым в презентации изображениям. Ресурсы с доступными качественными изображениями и иконками</li> <li>Расположение изображений относительно других объектов</li> </ul>
<b>Работа с возражениями руководителя</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Алгоритм работы с возражениями. Базовый принцип.</li> <li>Техники работы с типичными возражениями по телефону</li> </ul>
<b>«Проход секретаря»</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Типы секретарей и их функции</li> <li>8 техник работы с «барьером секретаря»</li> </ul>
<b>Голос как основной инструмент воздействия по телефону</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Вербалика и паравербалика в телефонном общении</li> <li>Барьеры восприятия: понятийный, лексический и др.</li> <li>Характеристики голоса и их влияние на восприятие информации оппонентом</li> <li>Работа с тембром, дикцией, темпом и звуковысотностью голоса</li> <li>Приёмы создания уверенного и доброжелательного звучания голоса</li> </ul>
<b>Практика Холодных звонков</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Участники осуществляют реальные холодные звонки</li> </ul>

## Результат:

- ✓ Участники понимают, что такое «Холодный звонок» и как сделать его эффективным
- ✓ Участники прописали канву сценария телефонного общения с ЛПР
- ✓ Участники освоили способы работы с отговорками ЛПР
- ✓ Участники отработали приёмы работы с возражениями секретарей
- ✓ Участники владеют приёмами самонастроя
- ✓ Участники знают и умеют применять техники работы с голосом для воздействия на собеседника по телефону

# ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ТЕЛЕФОННОЕ ОБЩЕНИЕ

**Цели тренинга:** развитие коммуникативных навыков участников, совершенствование приемов и индивидуального стиля делового общения по телефону.

**Продолжительность:** 8-16 часов

<b>Сервис как инструмент повышения удовлетворенности клиента, как конкурентное преимущество</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Сервис, составляющие сервиса.</li> <li>• Цель сервисного обслуживания.</li> <li>• Клиентоориентированный сервис</li> <li>• Что значит «клиент всегда прав»</li> <li>• Формула сервиса</li> <li>• Потребности клиентов в обслуживании</li> <li>• Из чего состоит хорошее обслуживание. Основные принципы качественного обслуживания. Стандарты и правила обслуживания. Сервисное поведение</li> </ul>
<b>Основы деловых телефонных коммуникаций</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Телефонный этикет</li> <li>• Главные функции при работе на телефоне</li> <li>• «Осязаемые» и «неосязаемые» стандарты телефонной поддержки</li> <li>• Формирование впечатления</li> <li>• Пригодные и непригодные фразы в деловом общении</li> </ul>
<b>Правила и стандарты телефонного общения</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Первые действия при приеме звонка.</li> <li>• Трансфер звонка.</li> <li>• Стандарты завершения звонка.</li> <li>• Стандарты исходящих звонков.</li> </ul>
<b>Мастерство обработки входящего контакта</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Активное слушание клиента, поддержание контакта</li> <li>• Модель ведения деловой беседы, запрос информации от клиента</li> <li>• «Ведение» в беседе: управление с помощью вопросов</li> </ul>
<b>Передача информации. Консультирование</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Алгоритм ответа на вопрос.</li> <li>• Техники презентации и аргументации</li> <li>• Консультирование клиентов разной степени осведомленности о предмете разговора</li> <li>• Техники работы с возражениями и сомнениями клиента</li> <li>• Отказ клиенту: стандарты и правила «нет»</li> <li>• Предложение альтернатив</li> </ul>

## Результат:

- ✓ Участники овладели необходимыми навыками и стандартами, универсальными правилами делового телефонного общения
- ✓ Участники понимают, как транслировать в общении с клиентами по телефону необходимый имидж компании

\*Программа тренинга носит предварительный характер и будет скорректирована с учётом пожеланий заказчика.

# РАБОТА С УХОДЯЩИМИ КЛИЕНТАМИ, ИЛИ РЕАНИМАЦИЯ КЛИЕНТОВ

**Цели тренинга:** научить эффективному диалогу в общении с ушедшими\уходящими клиентами

**Продолжительность:** 8-16 часов

<b>Задачи специалистов при осуществлении исходящего обзвона</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Базовые установки клиенториентированности. Что значит «клиент всегда прав»</li> <li>• Компоненты эффективной коммуникации</li> <li>• «Да» и «нет» в телефонном общении</li> <li>• Основные положения телефонного бизнес-этикета</li> <li>• Стандарты телефонного общения: исходящие звонки.</li> </ul>
<b>Контакт с клиентом: как сформировать атмосферу безопасности и доверия</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Что такое контакт</li> <li>• В чем клиент видит угрозу в контакте с компанией</li> <li>• Как клиент реагирует на угрозу</li> <li>• Как восстановить диалог, если клиент отказывается отвечать</li> </ul>
<b>Работа с ушедшими\уходящими клиентами: работа с причинами</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Почему уходят клиенты: причины</li> <li>• Алгоритмы работы с каждой причиной.</li> </ul>
<b>Работа с ушедшими\уходящими клиентами: работа с жалобами</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Как реагировать на жалобы клиентов на жизненные обстоятельства</li> <li>• Как реагировать на жалобы клиентов на компанию и партнеров компании</li> <li>• Жалоба как манипуляция: как противостоять.</li> </ul>
<b>Продажи \ предложение решения в ситуации возврата</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Лестница лояльности: Как провести по ней клиента</li> <li>• Процесс принятия решения о покупке</li> <li>• Отдельные приемы и техники продаж.</li> </ul>
<b>Эмоциональные продажи</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Влияние и убеждение</li> <li>• Проявление эмоций в контакте</li> <li>• Техники эмоционального убеждения</li> </ul>

## Результат:

- ✓ Участники понимают, как выстраивать контакт с клиентом
- ✓ Участники умеют работать с разными причинами ухода клиентов
- ✓ Участники умеют работать с жалобами клиентов
- ✓ Участники отработали инструменты продаж в общении с ушедшими\уходящими клиентами

\*Программа тренинга носит предварительный характер и будет скорректирована с учётом пожеланий заказчика.

# РАБОТА СО СЛОЖНЫМИ КЛИЕНТАМИ И КОНФЛИКТАМИ

**Цели тренинга:** научить вести конструктивный диалог с трудным собеседником.

**Продолжительность:** 16 часов (2дня по 8 часов)

<b>Причины возникновения конфликтов. Основные правила поведения в конфликтной ситуации</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Конфликт (несогласованность) интересов</li> <li>• Стратегии поведения клиентов при конфликте интересов.</li> <li>• Причины возникновения конфликтов. Основные правила поведения в конфликтной ситуации</li> </ul>
<b>Манипулятивное воздействие со стороны клиента</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Механизм оказания манипулятивного воздействия.</li> <li>• Разные манипулятивные приемы, которые использует клиент</li> <li>• Основные принципы противостояния манипуляциям</li> </ul>
<b>Противостояние неконструктивному поведению клиента</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Техники противостояния манипуляциям и давлению</li> <li>• Противостояние манипулированию</li> <li>• Работа с давлением</li> <li>• Понятие этической защиты. Стандарты поведения в ситуации грубости и хамства</li> </ul>
<b>Уверенное поведение сотрудника в общении с клиентом</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Три позиции в коммуникации с клиентом. Поведенческие проявления каждой позиции. Как влияют позиции на поведение клиента</li> <li>• Конструктивная позиция при общении с клиентом в критической ситуации</li> <li>• Сценарий конструктивного ведения диалога</li> </ul>
<b>Управление стрессом</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Принципы «первой помощи» после стрессового разговора</li> <li>• Цепочка Стрессор-«Мишень»-Реакция</li> <li>• Направления работы по сокращению стресса</li> <li>• Модераторы стресса; что нужно делать, чтобы поддерживать и восстанавливать все модераторы</li> </ul>

## Результат: Участники

- ✓ Знают приемы и техники ведения диалога и удержания контроля
- ✓ Классифицировали ситуации увиливания, агрессии и манипуляции, что поможет сотруднику быстро диагностировать ситуацию и выбирать соответствующее решение или стандарт
- ✓ Научились методам противостояния давлению и манипулированию, и другому неконструктивному поведению клиентов
- ✓ Научились «пропускать мимо» эмоциональные подтексты и вызов клиента, а реагировать осознанно на конструктивную часть
- ✓ Научились приёмам, которые позволяют сохранять уверенность
- ✓ Знают ситуации, где они сами неумышленно провоцируют конфликт
- ✓ Получили принципы «первой помощи» после стрессового разговора

\*Программа тренинга носит предварительный характер и будет скорректирована с учётом пожеланий заказчика.



# РАБОТА С ЖАЛОБАМИ И РЕКЛАМАЦИЯМИ ПО ТЕЛЕФОНУ

**Цель:** сформировать у участников навык работы с жалобами и рекламациями и взаимодействия со сложными конфликтными клиентами

**Для кого:** для сотрудников, работающих с рекламациями

**Продолжительность:** 16 часов (2 дня по 8 часов)

<b>Психология жалобы</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Классификация жалоб. Причины недовольств клиентов</li> <li>• Типы сложных клиентов и особенности взаимодействия с ними</li> <li>• Важность для компании «недовольного» клиента. Ценность наличия у сотрудников компетенций по работе с рекламациями</li> </ul>
<b>Взаимодействие с конфликтным клиентом</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Предупреждение конфликтной ситуации и подачи клиентом рекламации</li> <li>• Конфликтогены, провоцирующие агрессию клиента</li> <li>• Эффективный алгоритм взаимодействия с конфликтным клиентом. Структура разговора с клиентом при входящем и исходящем звонке</li> <li>• Управление эмоциями клиентов: эмоциональная подстройка, снятие напряженности клиента</li> </ul>
<b>Процесс работы с рекламацией</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Порядок принятия рекламации и предоставления клиенту вариантов решения</li> <li>• Типичные варианты решения, принятые в компании, и условия применения каждого из вариантов</li> <li>• Дальнейшее взаимодействие с клиентом по поводу составленной рекламации. Сценарий сообщения неблагоприятного решения ситуации для клиента</li> <li>• Сглаживание ситуации по завершении работы с рекламацией, поддержание лояльности клиента</li> </ul>
<b>Управление собой в работе с конфликтными клиентами</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Управление своими эмоциями в ситуации конфликта: способы удержания внутреннего равновесия</li> <li>• Работа с эмоциями по завершении конфликта: техники восстановления эмоционального состояния</li> <li>• Развитие иммунитета к стрессовым ситуациям: профилактика стресса</li> </ul>

## Результат:

- ✓ Участники знакомы с психологией жалобы и конфликта, понимают причины недовольств клиента, типологию сложных клиентов и особенности взаимодействия с ними
- ✓ Понимают, какие действия и слова по отношению к клиенту являются конфликтогенными. Осознают важность корректировки своих действий
- ✓ Владеют алгоритмом взаимодействия с конфликтным клиентом, способами управления эмоциями собеседника
- ✓ Знают порядок работы с рекламацией и ведения клиента, а также инструменты сглаживания неприятной ситуации и поддержания лояльности клиента
- ✓ Умеют управлять своими эмоциями в процессе и по завершении конфликтного взаимодействия

\*Программа тренинга носит предварительный характер и будет скорректирована с учётом пожеланий заказчика.

## НАШИ НАПРАВЛЕНИЯ ТРЕНИНГОВ

УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ НАВЫКИ

ЛИДЕРСТВО

УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ

РАЗВИТИЕ ТОП-МЕНЕДЖМЕНТА

РАЗВИТИЕ ТРЕНЕРОВ И HR-СПЕЦИАЛИСТОВ

ПЕРСОНАЛЬНАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ

ПРЕЗЕНТАЦИИ И ПУБЛИЧНЫЕ ВЫСТУПЛЕНИЯ

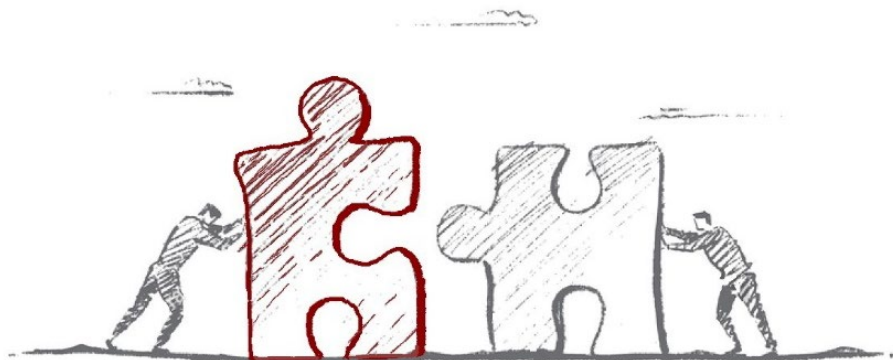
ДЕЛОВАЯ КОММУНИКАЦИЯ

ПРОДАЖИ И ПЕРЕГОВОРЫ

КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННЫЙ СЕРВИС

ТЕЛЕФОННОЕ ОБЩЕНИЕ

AGILE



# О КОМАНДЕ PUZZLE GROUP

Пазл – это картина из деталей, собранных в правильном порядке. Детали похожи по форме, но разные по содержанию. Каждый элемент имеет свое место и смысл.

Мы ищем недостающие детали, подходя к выполнению поставленной клиентом задачи, чтобы в итоге получить идеальный результат.

## 01

### Погружаемся в бизнес заказчика

Мы внимательно изучаем текущую ситуацию партнера, узнаем, с какими сложностями сталкиваются участники тренинга, тонкости, специфику бизнеса и типичные кейсы заказчика.

## 02

### Работаем на результат

При разработке программы обучения мы исходим из стоимостного мышления. Это значит, что каждая минута работает на цель заказчика. Наши программы всегда наполнены эффективными проверенными инструментами и технологиями.

## 03

### Обучаем профессионально и с душой

Мы подбираем тренера под аудиторию, специфику бизнеса и пожелания заказчика. Наши опытные тренеры проводят вовлекающее обучение, где практическая отработка занимает не менее 70% времени.

## 04

### Оформляем качественные материалы

Мы создаем современные слайды и стильные раздаточные материалы, которые способствуют усвоению информации. Все материалы оформляются так, чтобы ими было удобно и приятно пользоваться.

## 05

### Реализуем программы полного цикла

Мы проводим предтренинговую диагностику, выстраиваем целостную программу обучения, организуем посттренинговую поддержку и межмодульную практику для гарантированного изменения поведения участников.

# КОНТАКТЫ

📍 115035, г. Москва,  
Садовническая ул. д.54, стр.2, 4 этаж

☎ 8 (495) 011-03-43

✉ [info@pz-tr.ru](mailto:info@pz-tr.ru)

[www.pzgroup.ru](http://www.pzgroup.ru)



**ВСЕ СЛОЖИТСЯ**