



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Kurz telefonování

II.

8. Pozitivní a negativní slova

Některá slova mohou u klienta vzbuzovat negativní pocity – obavy, podezření, nátlak, podřízenost. Naše řeč je vnímána nejen na úrovni rozumové, ale působí i na naše podvědomí. Některé výrazy, pokud je používáme opakovaně, mají schopnost pozitivně či negativně ovlivnit vnímání naší osoby či celé instituce.

Jestliže během telefonického hovoru klient opakovaně slyší formulace typu „*Bohužel to takto není možné*“, „*Já opravdu nemohu nic jiného dělat*“, „*Chápu váš problém, ale já to bohužel nevyřeším*“, zůstává v něm pocit, že „tam nikdo nic neví, nic nejde, neumí tam člověku vyjít vstříc“ a toto hodnocení dané instituce šíří dále, přestože rozumově uzná, že jeho požadavek nebylo možné splnit.

Pokud se setká s odlišnými informacemi: „*pane Nováku, nabízím vám tento postup.*“, „*Ano máte pravdu, mohu pro vás udělat to, že...*“, „*Tuto informaci vám sdělí v pobočce.*“, jeho dojem z kontaktu s operátorem a tím i s celou institucí bude pravděpodobně příznivější i přesto, že jeho požadavek operátor v dané chvíli rovněž nesplnil.

Na klienta působí pozitivně	Na klienta působí negativně
- Oslovování jménem	- příkazy, rozkazovací způsob
- souhlas	- negativní výrazy („nemůžeme“, „nevíme“, „nejde to“)
- zdvořilostní formulace	
- používání „vy“, „pro vás“	- nesrozumitelné vyjadřování
- nabídka pomoci	- dialekt

Cvičení 1

Pozitivní a negativní slova

Nevhodná slova → **vhodnější výraz**

- *musíte, nesmíte* je potřeba, je nutné, je nezbytné, je důležité. I u slova „*nesmíte*“ se soustředíme na to, co je potřeba udělat, nikoliv nedělat.
- *nevím* Tyto údaje vám sdělí XY, který se tím přímo zabývá... tyto informace nemám k dispozici, k těmto údajům nemám přístup
- *nemá řešení* Hovoříme o tom, co lze, ne o tom, co nelze!
Za těchto okolností vám mohu nabídnout toto řešení.

V této situaci je možné (nutné) postupovat tímto způsobem.

- *riziko*..... jistota, míra jistoty, bezpečnost.
- *problém, potíže*.... v této věci, záležitosti
ve vaší situaci
za těchto okolností
vzhledem k této situaci
- *obtěžovat, zdržet*...Můžete mi prosím věnovat chvíli času?
Mohu vás požádat o chvíli času (o x minut)?
Mohu s vámi chvíli hovořit?
- *postih, sankce*..... poplatek, úhrada
- *komplikace*v této situaci, věci, záležitosti
- *reklama*.....za těchto okolností, podmínek, v této souvislosti
- *konkurence*..... jiné firmy, některé společnosti, ostatní banky
- *ale*Však, avšak, ovšem, nicméně, přesto. Nejlépe je však přeformulovat celé: skončit větu a začít novou bez odporovací spojky ale.

Cvičení 2

Uvedená vyjádření je lépe přeformulovat takto:

Neměl byste zájem o tuto službu? Mohu vám nabídnout...? Chtěl byste využít...? Máte zájem využít výhod této služby?

Myslím, že tyto podmínky nejsou až tak špatné. Tyto podmínky jsou pro vás velmi (skutečně) výhodné.

Budu to moci odeslat až zítra. Hned zítra to odešlu.

Nemohu vás přepojit, dnes už zde nikdo není a já o tom nic nevím. Tyto specifické informace vám rádi sdělí XY, volat můžete od

Ne, to nejde. Tento problém bohužel nevyřešíme. V této situaci je nutné ... (sdělit postup)

9. Cizí a odborné výrazy

V telefonických rozhovorech musíme být velmi opatrní při používání cizích slov a odborných výrazů. U každé profese po určité době začíná fungovat tzv. profesní slepota, kdy si přestaneme uvědomovat, že jsme některé výrazy před nástupem do nového prostředí neznali a že je tedy pravděpodobně nebude znát ani klient. Lidé se do telefonu často bojí přiznat, že něčemu nerozumí, že něco nepochopili. Nám zase chybí ověřující informace, kterou by nám při rozhovoru tvář v tvář poskytla mimika partnera. Je proto třeba aktivně ověřovat, zda klient rozumí všemu, co mu sdělujeme, zda nepotřebuje objasnit význam nějakého termínu. Využíváme zde zejména kontrolní otázky. **Pokud odborný termín již použijeme, je potřeba jej vysvětlit.**

Cvičení 3

Napište seznam termínů, které velmi často používáte a které jsou pro obor, ve kterém pracujete typické. Každý termín se pak snaže vysvětlit případnému klientovi tak, abyste použili minimum cizích slov a dalších odborných výrazů.

10. Superlativy, zdrobněliny, extrémní slova

Obdobně jako při používání cizích a odborných výrazů je třeba opatrnosti i při používání zdrobnělin. V telefonních hovorech často slyšíme: *kartička, penízky, maličká chvílička, fakturka* apod. Tato slova do slovníku profesionála nepatří.

Rovněž extrémní výrazy spíše profesionální dojem z hovoru snižují. Těmito slovy se mnohdy zavazujeme k něčemu, co nemůžeme zaručit a jak jsme si již řekli, český klient je spíše nedůvěřivý a ostražitý k příliš výhodným nabídkám a nadneseným slibům.

Cvičení 4

Přeformulované a vhodnější výrazy

Fantastická nabídka. Velmi výhodná nabídka. Velice zajímavá nabídka. Skutečně lukrativní nabídka.

Neuvěřitelná výhoda. Výhoda, kterou jistě oceníte. Obrovská výhoda. Opravdu výhodné je, že...

Naprosto bezkonkurenční servis. Spolehlivý servis.

Nikdy se vám už nestaneJsem přesvědčen, že již bude vše v pořádku.

Vždy přesně 10. v měsíci budete mít výpis ve schránce. Zhruba 10. v měsíci od nás obdržíte výpis.

Službu využívá strašně klientů. Výhod této služby využívá velké množství našich klientů.

Tato služba je hrozně kvalitní. Tato služba je skutečně (opravdu) kvalitní.

11. Call centrum

Minule jsme si již řekli, že call centrum je provozní jednotka, kde více osob vyřizuje telefonní dotazy klientů, realizuje požadavky, transakce nebo aktivně oslovuje klienty s nabídkou produktů a služeb.

Call centra jsou dvojího druhu:

- **Interní call centrum**, které zajišťuje zpracování telefonních hovorů výhradně pro potřeby mateřské společnosti
- **Externí call centrum**, které nabízí své služby jako hlavní činnost třetím osobám

Moderní call centra zahrnují všechny moderní způsoby komunikace s klientem:

- telefonní kontakt
- elektronickou poštu
- faxové služby
- poštu

Přednosti call centra pro firmu, která ho má, či jeho služeb využívá

- Zefektivní komunikaci a zlepší image firmy
- Zvýší se počet klientů, kteří mohou komunikovat se společností
- Eliminují se pozdní odpovědi nebo dokonce ztráta zákaznického dotazu, společnost může rychleji reagovat na podněty klientů
- Firma bude moci zákazníky cíleně oslovovat s nových produktů a získávat zpětnou vazbu
- Komunikace se zákazníky bude centralizována, nebude docházet k rozporuplným reakcím z různých míst, všichni operátoři mohou být vyškoleni k dodržování firemních standardů v telefonním nebo e-mailovém styku
- Získá se kontrola nad procesem komunikace se zákazníky, neboť veškerá komunikace se zaznamenává, lze provádět řadu analýz a zlepšovat poskytované služby.

Aktivita, které bude call centrum zabezpečovat:

- příchozí hovory
- odchozí hovory
- obsluha zákazníků
- technická podpora
- dispečink
- vymáhání pohledávek
- zpětná vazba mezi zákazníkem a firmou

Pokud je call centrum integrováno do integrační struktury firmy, je nutné zajistit jednotnou firemní kulturu celé společnosti. Call centrum je jedním z nejdůležitějších komunikačních nástrojů se zákazníky. Firemní kultura se musí promyšleně promítat do všech činností call centra:

- úvodní hláška hlasového systému a představení operátora (první dojem)
- profesionální průběh hovoru, zakončení hovoru
- přesné provedení dohodnutých činností (poštovní zásilky, následné kroky)

Jednání operátora se zákazníkem po telefonu může významně ovlivnit jeho postoj ke společnosti, loajalitu a reference. Role operátora je v tomto procesu mimořádně důležitá.

12. Osobnost telefonního operátora

V call centrech pracuje množství lidí, na které společnosti kladou stále vyšší nároky. Jaký člověk může být telefonním operátorem? Jaké dovednosti by měl mít? Jaký by měl být jeho osobní profil?

Komunikační dovednosti	- vyjadřovací schopnosti, kultivované jazykové vyjadřování - aktivní naslouchání - technika kladení otázek - výslovnost, rychlost mluvy, modulace hlasu
Odborné znalosti	- znalost společnosti, orientace v ní - znalost výrobků a služeb - znalost potřeb a problémů zákazníků - přehled o konkurenci, znalost trhu - znalost procesů, servisních činností - znalost práce na PC - informovanost o novinkách ve společnosti - znalost firemních webových stránek
Osobní profil	- organizační schopnosti a samostatnost - operativnost a rozhodnost - emoční inteligence - flexibilita - diskrétnost - loajalita vůči společnosti - sebeovládání - důvěryhodnost - osobní autorita
Sociální kompetence	- empatie, orientace na zákazníka, iniciativa a tvořivost - předpoklady pro týmovou práci - schopnost přijímat změny, snášet stres a vysoké zatížení

Uvedené vysoké požadavky dokumentují, že práci operátora nemůže dělat každý.