

Тренинг Елизаветы Дробышевой «Эффективный call-центр. Продажи и сервис»

Введение

В данном тренинге предлагается системный подход к организации эффективной работы, который сочетает взаимозависимость высокого уровня клиентского центра и увеличения объемов продаж в call-центре.

Цели обучения

- Совершенствовать базовые навыки коммуникации по телефону (алгоритм звонка, выстраивание доверительного диалога, управление голосом).
- Создать позитивное отношение к продажам по телефону и увеличению среднего чека при обращении в call-центр.
- Повысить уверенность специалистов в том, что с этой задачей они справятся посредством приобретения инструментов, необходимых для успешных телефонных продаж.
- Усовершенствовать навыки продаж (все этапы) у специалистов call-центра.
- Сформировать умение управлять процессом продажи по телефону и достигать поставленной цели.
- Мотивировать сотрудников на дальнейшее развитие навыков продаж посредством применения полученных знаний на практике.

Ожидаемые результаты участников тренинга

Сотрудники знают

- Основные принципы клиентоориентированного сервиса.
- Основы успешной телефонной коммуникации.
- Алгоритм основной продажи по телефону.
- Алгоритм дополнительной продажи по телефону.

Сотрудники умеют

- Устанавливать доверительный контакт с клиентом по телефону.
- Ориентироваться в потребностях клиента, выявлять и формировать потребность.
- Презентовать продукт компании.

- Слышать и понимать возражения клиента.
- Правильно реагировать на возражение, аргументировать, не теряя при этом контакт.
- Завершать разговор «обязательством» клиента или согласием на повторный звонок.

Итоговые результаты

- Снижение потерь времени при телефонных коммуникациях.
- Увеличение среднего чека клиента при обращении в call-центр.
- Формирование клиентоориентированного подхода.

В программе тренинга

Клиентоориентированный подход. Его принципы и правила.

- Ожидания Ваших клиентов.
- Роли специалиста по отношению к клиентам.
- Основные принципы клиентоориентированного подхода в call-центре.
- Портрет идеального специалиста call-центра.

Эффективная телефонная коммуникация.

- Общие правила коммуникации при телефонном общении.
- Преимущества, ограничения и особенности телефонной коммуникации.
- Голос специалиста – главный инструмент при общении по телефону. Шесть струн голоса.
- Грамотная речь. Слова-паразиты, слова-раздражители и технология работы с ними.
- Убеждающие и антиубеждающие фразы.

Техники активного слушания как инструмент успешной телефонной коммуникации.

- Что такое «Техники активного слушания». Почему мы слушаем, но не слышим. Почему мы слышим, но не понимаем.
- Цель техник активного слушания.
- Техника «Поддакивания».

- Техника «Эхо».
- Техника «Перефразирование».
- Техника «Уточнения».
- Техника «Обобщение».

Корпоративные стандарты структуры входящего телефонного звонка.

Этап «Подготовка».

- ✓ Цель этапа.
- ✓ Что необходимо делать на этом этапе: подготовить себя (умение создавать позитивный настрой), подготовить рабочее место, подготовить материалы, необходимые для работы.

Этап «Приветствие и представление».

- ✓ Цель этапа.
- ✓ Речевые модули, применяемые на этом этапе.
- ✓ Возможные ошибки и способы их предотвращения.

Этап «Начало беседы».

- ✓ Цель этапа.
- ✓ Речевые модули, применяемые на этом этапе.
- ✓ Возможные ошибки и способы их предотвращения.

Этап «Обсуждение».

- ✓ Цель этапа.
- ✓ Речевые модули, применяемые на этом этапе.
- ✓ Применение техник активного слушания на данном этапе.
- ✓ Возможные ошибки и способы их предотвращения.

Этап «Принятие решения».

- ✓ Цель этапа.
- ✓ Речевые модули, применяемые на этом этапе.
- ✓ Применение техник активного слушания на данном этапе.
- ✓ Возможные ошибки и способы их предотвращения.

- ✓ Алгоритм отказа клиенту (в случае невозможности выполнения условий запроса) и переориентирование клиента на другой возможный вариант удовлетворения его запроса.

Этап «Завершение разговора с клиентом».

- ✓ Цель этапа.
- ✓ Когда следует переходить к этому этапу при телефонных продажах.
- ✓ Варианты этапа «Завершение разговора с клиентом».
- ✓ Речевые модули, применяемые на данном этапе.
- ✓ Возможные ошибки и способы их предотвращения.

Дополнительные продажи по телефону.

- Почему сотрудникам выгодно заниматься телефонными продажами? Личные выгоды сотрудника. Связь личной выгоды сотрудника и выгоды компании.
- Что нужно сотруднику для успешной продажи?
- Дополнительные продажи по телефону как часть клиентоориентированной политики компании. Почему это нужно клиентам?
- Два главных фактора успешной продажи по телефону: контакт и «ведение» клиента к продаже.
- Инструменты для «ведения клиента». Техника «Кружево».

Основные этапы дополнительной продажи по телефону.

Этап «Подготовка».

- ✓ Цель этапа.
- ✓ Что необходимо делать на этом этапе: знание продукта компании, постоянное изучение техник активных продаж, анализ предыдущих результатов.
- ✓ Основные ошибки этапа и способы их предотвращения.

Этап «Установление контакта для телефонной продажи».

- ✓ Цель этапа.
- ✓ Особенности этапа в различных ситуациях: входящий звонок или звонок по инициативе сотрудника call-центра.

- ✓ Инструменты и речевые модули, применяемые на данном этапе.
- ✓ Основные ошибки этапа и способы их предотвращения.

Этап «Выяснение и формирование потребностей».

- ✓ Цель этапа.
- ✓ Отличия и сходства «выяснения» и «формирования» потребностей.
- ✓ Вопросы как основной инструмент выяснения и формирования потребностей.
- ✓ Основные правила постановки вопросов с целью выяснения и формирования потребностей.
- ✓ Основные потребности клиентов.
- ✓ Инструмент «Воронка вопросов» для формирования потребностей.
- ✓ Основные ошибки этапа и способы их предотвращения.

Этап «Презентация предложения клиенту».

- ✓ Цель этапа.
- ✓ Как продемонстрировать связь между характеристиками продукта и потребностями клиента. «Язык выгоды» для клиента.
- ✓ Основные ошибки этапа и способы их предотвращения.

Этап «Завершение сделки».

- ✓ Цель этапа.
- ✓ Инструменты для завершения сделки: техника «трёх да», «выбор без выбора», «прямое предложение».
- ✓ Основные ошибки этапа и способы их предотвращения.

Работа с возражениями клиента.

- Всегда ли клиент возражает?
- На каком этапе клиент может возразить?
- Причины возражений клиента.
- Отношение к возражениям клиента как к возможности получить информацию и продолжить общение.
- Алгоритм работы с возражениями.
- Создание готовых ответов на типичные возражения клиента.

Методы проведения

Командные упражнения, деловые игры, выполнение заданий в мини-группах, разбор реальных ситуаций, кейсов, интерактивные мини-лекции, просмотр видеофрагментов, индивидуальные тесты. Соотношение теории к практике 20/80.

Формат тренинга

- Два дня: с 10:00 до 18:00.
- Ежедневно два кофе-брейка: по 15-20 минут.
- Ежедневно обеденный перерыв: 60 минут.

Дополнительно

Тренинг ведёт Елизавета Дробышевская - бизнес-тренер с опытом работы более 13 лет. Разработчик авторских тренингов: «Коммуникация и принятие решений для руководителя», «Профессионал продаж», «Искусство быть успешным продавцом», «Клиентоориентированный менеджер».

Сочетает редкую способность структурирования информации и легкости её подачи. Понятные и применимые на практике алгоритмы дополнены примерами из практики. Елизавета умеет увлекать, наполняя процесс обучения атмосферой открытий и неожиданных решений.