

Тренинг Алексея Мельникова «Эффективный call-центр: исходящие и входящие звонки»

Введение

Переговоры – это процесс оказания влияния на клиента. При телефонных переговорах это влияние ограничивается тем, что и как говорит оператор. Более того, зачастую у оператора call-центра есть существенное ограничение по времени разговора. Предлагаемый тренинг как раз и ориентирован на выработку практических умений операторов call-центров вести результативные переговоры в ограниченном промежутке времени.

Тренинг основан на системном подходе, т.е. предлагаются конкретные схемы и алгоритмы, позволяющие каждому оператору сформировать устойчивую систему работы с клиентами в своей ежедневной практике.

Цели обучения

- Сформировать у участников тренинга понимание эффективной структуры телефонных переговоров в call-центре.
- Выработать ключевые умения ведения результативных телефонных переговоров с клиентами для достижения целевых бизнес-показателей.
- Повысить уровень знаний участников тренинга в их работе.

Ожидаемые результаты участников тренинга

- Ознакомятся со схемой построения результативных телефонных переговоров при входящих и исходящих звонках.
- Получат знания о том, как устанавливать с клиентами доверительные отношения по телефону.
- Будут уметь чётко формулировать цели и задачи при общении с клиентами по телефону.
- Разработают «скрипты» (речевые модули) по ключевым алгоритмам ведения переговоров в телефонных продажах для практического применения в своей повседневной профессиональной деятельности.

В программе тренинга

Личный вклад оператора call-центра в достижение результата.

- Ключевая идея общения с клиентом.
- Возможности оператора при общении с клиентом по телефону.
- Направленность и виды call-центров.
- Специфика бизнеса компании.
- Цели операторов при работе на телефоне.

Особенности телефонной коммуникации.

- Плюсы телефонного общения.
- Ограничения телефонного общения в call-центрах.
- Основные и промежуточные цели телефонного общения.
- Психологическая готовность к работе по телефону.

Ориентация на клиента.

- Определение целевой аудитории.
- Понятие лояльного клиента. Где и как мы ищем клиентов.
- Принципы клиентоориентированной организации.
- Типы клиентов.

Подготовка к телефонным переговорам.

- Организация рабочего места.
- Оборудование оператора call-центра.
- Планирование рабочего времени.
- Подготовка сценария разговоров.
- Ключевые правила этикета при разговоре по телефону.

Установление доверительных отношений с клиентом.

- Правила установления контакта по телефону.
- От чего зависит первое впечатление по телефону.
- Значение «улыбки» по телефону.
- Речь оператора.
- Голос как основной инструмент в работе по телефону.
- Как разговаривать с клиентами разных типов.

Входящие телефонные звонки.

- Правила работы с входящими звонками.
- Стандарты работы и имидж компании.
- Выявление цели звонка клиента.
- Как заинтересовать клиента.
- Фиксация договорённостей.
- Выход из разговора.

«Холодные» звонки.

- Правила «холодных» звонков.
- Психологическая готовность оператора к «холодным» звонкам.
- Виды «барьеров» при «холодных» звонках.
- Техника преодоления «барьеров».

Вопросы как ключ к успешному звонку.

- Для чего нужно задавать вопросы клиентам?
- Вопросы как способ управления ходом переговоров.
- Основные виды вопросов.
- Активное слушание.
- Ведение записей во время телефонного разговора.

Убедительная аргументация.

- Критерии убедительного аргумента.
- Требования, предъявляемые клиентом к товару и услугам.
- Матрица «потребность-аргумент».
- Алгоритм успешной аргументации.
- Значение «интриги» в телефонном разговоре.

Возражения и сомнения клиента.

- Причины возражений клиентов.
- Возражение как потребность клиента быть правым.
- Классификация возражений клиентов.
- Алгоритм работы с возражениями клиентов.

Эффективное завершение разговора.

- Если клиент сказал «Да».
- Если клиент сказал «Нет».
- Работа с окончательными отказами клиента.
- Фразы-помощницы при завершении телефонного разговора.
- Анализ телефонного разговора.
- Планирование следующего контакта с клиентом.

Итоги тренинга.

Методы проведения

Теоретический материал в тренинге чередуется с практическими упражнениями и кейсами. Участники работают как в группах, так и индивидуально, с презентациями, обсуждениями и выводами для своей профессиональной деятельности.

На тренинге участники разрабатывают «скрипты» для практического применения в своей работе. При этом рабочее время тренинга распределяется следующим образом: 20% – теория, 80% – практика.

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 Алексей Мельничнов:

- бизнес-тренер, практик с опытом телефонных продаж с 2007 года,
- с 19-летним опытом обучения и развития взрослых людей,
- с опытом индивидуального бизнес-консультирования с 2008 года,
- с опытом управленческой деятельности с 2004 года,
- география проведения тренинговых и консалтинговых проектов насчитывает 25 городов России и ближнего зарубежья (от Владивостока до Минска и от Мурманска до Ставрополя).