**Сложно найти клиентов, но легко их потерять**

Аннотация

Голос оператора, который слышит клиент, является визитной карточкой компании. Во многом, от профессионализма сотрудников, работающих с клиентом по телефону, зависит, захочет ли клиент обратиться лично для оформления услуги, покупки или проектом совместной деятельности.

Помимо вежливости и корректности в общении с клиентом - базовых навыков, необходимых менеджерам Call-центра, навыки привлечения клиентов операторами имеют колоссальное значение для компаний. Очень часто встречается ситуация, когда клиент не определился с выбором, ему нужна консультация и поддержка – иными словами уверенность в том, что он не ошибся в своих предпочтениях. Оператор Call‑центра – это именно тот человек, который может повлиять на выбор клиента в пользу компании.

Программа данного тренинга направлена на совершенствование коммуникативных навыков, а также на развитие навыков привлечения клиентов, необходимых менеджерам Call-центра.

**Программа**

1. **Понятие «Сервис» в современном бизнесе**

Субъективный характер сервиса. Специфические характеристики сервиса в бизнесе

Основные положения концепции услуг. Превращение клиента в приверженца

Материальная и эмоциональная составляющие сервиса

Кто участвует в процессе оказания услуг?

Роль оператора Call-центра в общей концепции сервиса

1. **Выстраивание отношений с клиентом**

Специфика работы Call-центра. Роль Call-центра в цепочке предоставления услуг

Создание благоприятного впечатления в самом начале беседы с клиентом

Создание и поддержание позитивной, доверительной атмосферы на всем протяжении взаимодействия с клиентом

Построение контакта на сознательном и на подсознательном уровне

Как влияет телефон на качество коммуникаций с клиентом?

Голос оператора, как инструмент общения с клиентом

1. **Знаки внимания**

Положительные, отрицательные и нулевые знаки внимания. Представление – сценарий представления

Значение знаков внимания для клиента и оператора

Баланс знаков внимания. Как научиться оказывать знаки внимания по телефону?

Принцип Крошки Енота

1. **Этапы беседы с клиентом по телефону**

Контакт/Приветствие

Получение запроса/вопроса клиента

Прояснение запроса/вопроса клиента

Консультирование/информирование клиента

Завершение разговора

1. **Стандарты отличного сервиса**

Что такое Стандарты и зачем они нужны

Этап «Контакт/Приветствие», варианты Стандартов

Типовые ситуации, для которых важно иметь Стандарты

Недопустимые действия оператора

1. **Голос оператора, как инструмент работы с клиентом**

Эффективные речевые конструкции

Техники развития выразительности голоса

Дикционные упражнения

1. **Этап «Прояснение запроса/вопроса клиента»**

Способы получения информации от клиентов. Активное слушание в телефонном общении. Типы вопросов. Отработка навыков задавания вопросов

Проверка правильности понимания запроса клиента. Сценарий разговора.

1. **Этап «Консультирование/информирование клиента»**

Требования к деловой речи оператора

Принципы формулирования технологической и профессиональной информации языком, понятным непрофессионалу. Сценарий разговора.

1. **Этап «Завершение контакта»**

Особая значимость этапа для эмоциональной реакции клиента

1. **Принципы и технологии работы с «проблемным» клиентом**

Откуда берутся «проблемные» клиенты. Значение недовольного клиента для компании

Типы «проблемных» клиентов

Клиент звонит с претензией. Что делать?

Работа с эмоциями в ходе общения с проблемным клиентом

Алгоритм беседы с «Проблемным клиентом» - речевой сценарий.

1. **Приемы и способы восстановления эмоционального состояния оператора**

Принцип «эмоционального заражения» негативными эмоциями

Способы защиты от «эмоционального заражения»

Приемы восстановления эмоционального равновесия

**Методы работы, используемые в тренинге**

Деловые и ролевые игры, интерактивные лекции, видеотренинг, групповые дискуссии, работа в малых группах, письменные упражнения, мозговой штурм, психогимнастика.

Рекомендуемая продолжительность: 2 дня - 16 часов