

" Telefoniczna obsługa klientów banku"

szkolenie przygotowane dla

Kredyt Bank S.A.

PODSUMOWANIE USTALEŃ

Uczestnicy szkolenia

Szkoleniem objęte są dwie grupy docelowe:

a) Konsultanci telefoniczni obsługujących klientów banku w ruchu przychodzącym oraz wychodzącym.

Przewidziane jest dla 2 grup 16-17 - osobowych.

Uczestnicy to osoby młode, nie mające złych przyzwyczajzeń w obsłudze klienta

b) Managerowie, nadzorujący pracę Konsultantów

Posiadający cechy przywódcze, nie mający doświadczenia w zakresie zarządzania pracą call center.

Zakres projektu szkoleniowego

Przedstawiony poniżej program stanowi propozycję, będącą podstawą do dalszych uzgodnień.

Koszty szkolenia

Konsultantów telefonicznych: 1 osoba za dzień szkolenia – 600 PLN netto.

Managerów: 1 osoba za dzień szkolenia 1000 PLN netto.

Cena obejmuje:

- Przygotowanie i przeprowadzenie szkolenia
- Opracowanie materiałów szkoleniowych

Niniejsza cena nie obejmuje:

- Kosztów zakwaterowania Trenera
- Wyżywienia uczestników i Trenera prowadzącego
- Kosztów wynajęcia sali dydaktycznej

Koszty te pokrywa Zleceniodawca.

Termin i miejsce szkoleń:

Luty /marzec 2001

Moduł szkoleń dla Konsultantów Telefonicznych

I DZIEŃ

♣ ROLA TELEOPERATORA CALL CENTER

• Budowanie wizerunku firmy

Ćwiczenie wykonane w grupach 2-3 osobowych oparte na arkuszu ćwiczeniowym. Ćwiczenie to da uczestnikom świadomość wpływu każdego z nich na wizerunek firmy tworzonej w umysłach obsługiwanych Klientów.

• fachowa obsługa Klienta

Ćwiczenie indywidualne przeprowadzone na arkuszu ćwiczeniowym. W ćwiczeniu tym, każdy uczestnik określa swoje słabe i mocne strony, jako osoby pracującej bezpośrednio z Klientem.

♣ RÓŻNICE W PROWADZENIU Z KLIENTEM ROZMOWY TELEFONICZNEJ I BEZPOŚREDNIEJ

• Środki przekazu w rozmowie telefonicznej

Dyskusja grupowa, podsumowanie dokonane przez trenera. Po tych ćwiczeniach uczestnicy zdobywają wiedzę o kanałach, którymi przepływa komunikat podczas rozmowy telefonicznej.

• Oczekiwania klienta dzwoniącego do Call Center

Ćwiczenie wykonane w grupach 2-3 osobowych oparte na arkuszu ćwiczeniowym. Uczestnicy stawiają się na miejscu Klienta i generują jego oczekiwania.

♣ GŁOS JAKO PODSTAWOWE NARZĘDZIE KOMUNIKACJI W ROZMOWIE TELEFONICZNEJ

- tempo mówienia
- ton głosu
- dynamika wypowiedzi

Ćwiczenie indywidualne złożone z 2 etapów:

1. Odsłuchanie nagranych głosu lektora w celu ćwiczenia umiejętności określenia emocji klienta.
2. Nagrywanie, odsłuchanie i komentowanie własnego powitania, nagranych na kasetę magnetofonową.

Ćwiczenie uczące panowania nad głosem, uświadamiające silne i słabe strony pracy głosem.

♣ UMIEJĘTNOŚĆ SŁUCHANIA

- Słuchanie aktywne - zasady efektywnego słuchania
- Słuchanie wybiórcze - zrozumienie najważniejszych rzeczy
- Słuchanie empatyczne - umiejętność wczucia się w sytuację klienta

Ćwiczenia w grupach. Za pomocą krótkich tekstów uczestnicy sprawdzają umiejętność słuchania .

♣ STRUKTURA ROZMOWY INFORMACYJNEJ

- Powitanie – nawiązanie kontaktu

Zrozumienie znaczenia pierwszego wrażenia roli, jaką w tym momencie odgrywa Konsultant.

- Aktywne słuchanie klienta

Zwraca się uwagę na nie przerywanie wypowiedzi Klienta oraz analizę jego potrzeb.

- Pozyskiwanie informacji - umiejętność zadawania pytań

Ćwiczenie w formułowaniu konkretnych pytań odnoszących się do konkretnych sytuacji.

- Praca ze skrytem

Ćwiczenie umiejętności swobodnego posługiwania się skrytem i unikania rutynowego czytania skryptu.

- Udzielanie informacji

Ćwiczenie umiejętnego dopasowania oferty od zidentyfikowanych potrzeb i motywów Klienta.

- Radzenie sobie z zażaleniami i obiekcjami

Element wykładu dotyczący kontroli rozmowy telefonicznej oraz własnych emocji. Ćwiczenie odpowiadania na konkretne obiekcje Klientów.

- Finalizacja rozmowy telefonicznej

Ćwiczenie uprzejmego kończenia rozmowy telefonicznej, pozostawienie dobrego wrażenia.

II DZIEŃ

♣ ROZMOWA WYCHODZĄCA

- Różnica między rozmowa przychodzącą i wychodzącą

Element wykładu, dyskusja grupowa.

- **Struktura rozmowy wychodzącej**

- Dotarcie do osoby docelowej

Sposoby dotarcia do osób decyzyjnych w firmie.

- Prezentacja firmy

Opracowanie odpowiednich wzorców profesjonalnego przedstawiania się.

- Cel rozmowy

Umiejętne zachęcenie klienta do rozmowy.

- Przekazanie informacji
Uczestnicy ćwiczą przekazywanie informacji w sposób jasny i konkretny.

- Zakończenie rozmowy
Sposoby uprzejmego i zgodnego z procedurą zakończenia rozmowy z Klientem.

Ćwiczenia wykonane w grupach 2-3 osobowych oparte na arkuszu ćwiczeniowym.

- ♣ **ROLA I WAGA ROZMOWY SPRZEDAŻOWEJ W RZECZYWISTOŚCI CALL CENTER**
Dyskusja grupowa. Każdy z uczestników ma mieć świadomość wagi i znaczenie rozmowy sprzedażowej oraz odpowiedzialność Konsultanta.

- Analiza motywacji i potrzeb klienta
Umiejętność zadawania pytań oraz ich celowość. Aktywne słuchanie oraz umiejętność dokonywania analizy wypowiedzi klienta.
Elementy wykładów oraz ćwiczenie wykonane w grupach 2-3 osobowych oparte na arkuszu ćwiczeniowym.

- Przedstawianie oferty
Przedstawienie cech oraz wpływających z nich korzyści. Dobór korzyści do potrzeb Klienta. Ćwiczenie przystępowania do pierwszej finalizacji rozmowy.

- Finalizacja rozmowy informacyjnej
Rozpoznawanie sygnałów kupna. Sposoby i techniki finalizacji rozmów z Klientami.

- Radzenie sobie z zażaleniami i obiekcjami
kontrola emocji. Uświadomienie uczestnikom wpływu emocji związanych z obiekcjami na końcowy efekt rozmowy. Ćwiczenie skutecznych sposobów pokonywania obiekcji i przekonywania Klienta. Ćwiczenie wykonane w grupach 2-3 osobowych oparte na arkuszu ćwiczeniowym.

III DZIEŃ

Warsztaty - prowadzenie rozmów telefonicznych.

- ❖ Przeprowadzanie symulowanych rozmów telefonicznych
- ❖ Przeprowadzanie przez każdego z uczestników jednej rozmowy z trenerem w roli klienta.
 - Posługiwanie się poznanymi narzędziami.
 - Nagrywanie rozmów i analiza przez uczestników i trenera.
 - Określanie dla każdego z uczestników mocnych i słabych stron

♣ **PODSUMOWANIE SZKOLENIA**

Podsumowanie służy określeniu, które cechy i umiejętności każdy z uczestników zamierza udoskonalić w najbliższej przyszłości.

Moduł szkoleń dla Managerów

I DZIEŃ

ZARZĄDZANIE ZESPOŁEM AGENTÓW

- ❖ Przywództwo
- ❖ Motywowanie pracowników
- ❖ Zarządzanie konfliktem
- ❖ Delegowanie zadań
- ❖ Zespół a projekt
 - Planowanie
 - Wdrażanie planów
 - Kontrola wyników pracy Konsultantów
 - Ocena efektywności
 - Weryfikacja planów

II DZIEŃ

- ❖ Ocena potrzeb szkoleniowych
- ❖ Rozwój zespołu
- ❖ Prowadzenie zebrań grupy Konsultantów
- ❖ Postępowanie z trudnymi pracownikami
- ❖ Zasady i warunki przeprowadzania poprawnego coachingu
- ❖ Ocena pracownika

Referencje

Dział doradczo-szkoleniowy zatrudnia obecnie wyspecjalizowany zespół trenerów-konsultantów posiadających, poza wiedzą teoretyczną, duże doświadczenie praktyczne i operacyjne. Dział Szkoleniowy naszej firmy tworzy 5-osobowy zespół, składający się z osób mających ponad 4-letni staż w prowadzeniu szkoleń (w tym 3-letnie z telemarketingu)

1. Infor Press
ul. Prosta 2
05 - 920 Łomianki
Pan Mariusz Krawczak, Dyrektor Działu Marketingu i Rozwoju
tel. 0 22 751 44 14
2. Citibank (Poland) S.A.
ul. Fredry 6
00 -097 Warszawa
Pani Anna Walasek
tel. 0 22 657 72 00