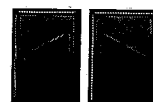
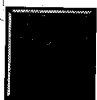


TELEMARKETING



⇒ Każda firma, która kontaktuje się ze światem zewnętrznym za pomocą telefonu, przekazuje i przyjmuje informacje – uprawia telemarketing.

⇒ **Telemarketing**, w wąskim sensie, to technika handlowa, która wykorzystuje telefon do komunikowania się z klientami w celu zwiększenia sprzedaży, budowania pozytywnego obrazu firmy i zdobywania informacji o rynku.

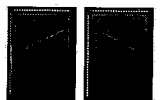


RODZAJE TELEMARKETINGU



- ➔ **telemarketing aktywny**
(inicjatorem jest sprzedawca)
- ➔ **telemarketing reaktywny**
(klient inicjuje rozmowę)

- ➔ **telemarketing instytucjonalny**
(rozmawiamy z przedstawicielami firm
B2B or not 2B)
- ➔ **telemarketing indywidualny**
(rozmowy prowadzone są z osobami
prywatnymi)



○ Zwiększenie poziomu akceptacji

➔ **Generalną zasadą jest dostosowanie rodzaju i sposobu przedstawiania argumentacji do konkretnego klienta. Zadaj więc sobie następujące pytania:**

- Czy twoja wypowiedź jest właściwie dostosowana do klienta?
- Czy wszystkie twoje argumenty przemówią do tego konkretnego klienta?
- Czy twoja argumentacja jest “obustronna”?
- Czy nie stosujesz zbyt dużo żargonu?
- Czy sprawiasz wrażenie solidnego?

➤ Początek - środek - zakończenie

Dlaczego tracimy klientów ?

QCM

Wyniki statystyk mówią :

- 1 % - umiera
- 3 % - zmienia miejsce pobytu
- 4 % - odchodzi naturalnie
- 5 % - zmienia dostawcę za namową znajomych
- 9 % - znajduje tańsze źródło
- 10 % - to chroniczni „narzekacze”
- 68 % - odchodzi, ponieważ ludzie, którzy ich obsługują są obojętni na ich potrzeby

ZASADY POZYTYWNEJ AUTOPREZENTACJI

QCM

- ➔ Kontroluj swoje negatywne uprzedzenia,
nastawienia
 - ❖ zarówno te dotyczące: klienta, siebie, oferty
 - ❖ wzmocnij w sobie wiarę w to, co masz mówić;
nie przekonasz klienta jeśli sam nie będziesz
przekonany
- ➔ Myśl pozytywnie
 - ❖ to, co myślisz wpływa na twoje samopoczucie
i efektywność działania
- ➔ Zanim się pożegnasz - uśmiechnij się
 - ❖ bez względu na efekt rozmowy zakończ ją
uprzejmie i życzliwie - pokażesz swój
profesjonalizm, poczujesz się lepiej

ZASADY POZYTYWNEJ AUTOPREZENTACJI

QCM

- ➔ Zbieraj o swoim rozmówcy wszelkie możliwe informacje
 - ❖ im więcej wiesz, tym łatwiej jest ci koncentrować się na potrzebach i oczekiwaniach klienta
- ➔ Rozpoczynaj i kończ rozmowę w szczególnie miły i uprzejmy sposób, z uśmiechem w głosie
 - ❖ na początku, bo pierwsze wrażenie decyduje i na końcu, bo ostatnie wrażenie pozostaje
 - ❖ uśmiech nas samych rozwesela, mobilizuje i angażuje
 - ❖ odruchową reakcją człowieka jest dostosowanie własnego nastroju do nastroju rozmówcy
- ➔ Daj odczuć klientowi, że to on jest ważny
 - ❖ ludzie chcą czuć się ważni, mieć poczucie kontroli nad sytuacją
 - ❖ szanuj przekonania rozmówcy i okazuj mu to

ZASADY POZYTYWNEJ AUTOPREZENTACJI

QCM

➔ Bądź dobrym słuchaczem. To sztuka, która nie tylko w biznesie czyni cuda

❖ wszelki brak uwagi zostanie spostrzeżony przez rozmówcę

❖ klient chce mieć poczucie, że jesteś zainteresowany: nim, jego sytuacją, tym, co mówi

❖ dawaj sygnały zainteresowania, zrozumienia

➔ Uprawiaj też sztukę zadawania pytań

❖ pytania, a nie stwierdzenia okazują się najskuteczniejszym sposobem przekonania ludzi do twojej oferty, sposobu myślenia

❖ kto pyta - ten prowadzi, kontroluje rozmowę

❖ ludzie głównie interesują się sobą, swoimi potrzebami; pozwól im o tym opowiedzieć

➔ Mów pozytywnie

❖ negatywne zwroty mogą ciebie i klienta "hipnotyzować" i ograniczać

❖ wyklucz (lub zmień na lepsze) negatywne zwroty z twojego języka

ZASADY POZYTYWNEJ AUTOPREZENTACJI

QCM

⇒ Nie kłóć się z klientem

- ❖ nie broń stanowczo swej pozycji; może to wywołać u klienta poczucie, że robisz z niego głupca
- ❖ jeśli nie musisz nie mów, że się nie zgadzasz
- ❖ jeżeli to jednak robisz, to powiedz konkretnie: z czym i dlaczego się nie zgadzasz
- ❖ używaj raczej zwrotów: "tak i...", "tak, ale...", niż "nie, bo..."

⇒ Mów obrazowo, z zaangażowaniem i ekspresją

- ❖ uwagę trzeba stale podsycać - monotonia jest wrogiem sukcesu
- ❖ wczuwaj się w to, co mówisz a będziesz bardziej przekonujący
- ❖ mów plastycznie, z humorem, stosuj porównania, odwołuj się do przykładów z życia

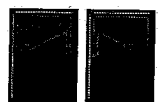
⇒ Przyznawaj się do oczywistych błędów

- ❖ pokazuj niedoskonałości - to uczyni cię bardziej wiarygodnym (ale nie koncentruj się na nich nadmiernie)
- ❖ argumentacja dwustronna jest skuteczną metodą przekonywania

Komunikowanie się



- ➔ Efektywna komunikacja ma miejsce wtedy, gdy to, co mówimy jest odbierane przez drugą stronę zgodnie z naszą intencją.
- ➔ Dobra komunikacja jest warunkiem skutecznego realizowania zadań, dobrych relacji interpersonalnych oraz ograniczania niepotrzebnych konfliktów.
- ➔ Komunikacja to proces, który polega na wzajemnej wymianie informacji pomiędzy osobami, w którym każdy jest nadawcą i odbiorcą jednocześnie.
- ➔ **Dobry telemarketer to mistrz komunikacji.**

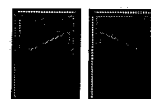


KOMUNIKOWANIE SIĘ



- ⇒ Nudziarz dużo mówi o sobie.
- ⇒ Plotkarz dużo mówi o innych.
- ⇒ Dobry rozmówca pozwala dużo mówić innym.

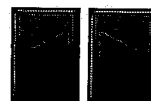
⇒ Czy jesteś dobrym słuchaczem ?



Komunikowanie się



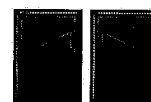
**Zrozumieć drugą
stronę przynajmniej
w 75%.**



ROLA PYTAŃ



- Pomaga uniknąć sporów.
- Pomaga mniej mówić.
- Sprawia, że możesz pomóc rozmówcy dowiedzieć się, czego chce. Potem możesz pomóc mu to osiągnąć.
- Pomaga rozmówcy sprecyzować myśli. Twój pomysł staje się jego pomysłem.
- Pomaga ci odkryć czułe punkty rozmówcy (jego oczekiwania i potrzeby), dzięki którym zyskujesz efektywne argumenty.
- Daje rozmówcy poczucie ważności. Jeśli pokażesz, że szanujesz opinię rozmówcy, zwiększasz prawdopodobieństwo, iż uszanuje on twoją.

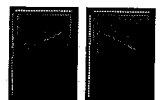


PARAFRAZOWANIE



⇒ Pamiętać należy, że parafraza nie jest:

- dyskusją na temat wypowiedzi partnera
- naśladownictwem, cytowaniem
- próbą oceny
- robieniem zarzutów
- tłumaczeniem własnego podejścia do sprawy
- udzieleniem rad

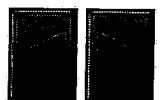


PARAFRAZOWANIE



⇒ Parafrazę zaczynamy od zwrotów typu:

- " O ile dobrze zrozumiałem..."
- " Z tego co Pani powiedziała rozumiem, że"
- " A więc twierdzi Pan, że..."
- " Więc sądzisz, że..."
- " Chce Pan powiedzieć, że..."
- " Czy to znaczy, że..."
- " A więc Pana zdaniem sytuacja jest następująca..."
- " Nie wiem, czy dobrze Panią zrozumiałam: powiedziała Pani, że..."

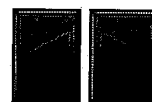


PARAFRAZOWANIE



⇒ Podsumowanie / streszczenie / parafrazowanie

- ☞ zachęcenie rozmówcy do udzielenia szerszej informacji
- ☞ sprawdzenie poprawności zrozumienia usłyszanej treści i ujawnienie ewentualnych nieporozumień
- ☞ utrzymanie uwagi rozmówcy na temacie
- ☞ kontrolowanie rozmowy



Jak profesjonalnie rozmawiać z klientem przez telefon przychodzący

OCM

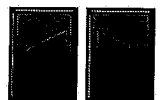
- Rozpoczęcie rozmowy → przywitaj się i wymień nazwę firmy (pierwsze wrażenie !!!)
- Powód telefonu → pozwól klientowi mówić lub podziękuj za telefon i zapytaj wprost lub nie wprost o przyczynę telefonu
- Potwierdzenie i przedstawienie propozycji → potwierdź, że zrozumiała(e)ś i odpowiedz na pytania, zaproponuj dalsze kroki
- Zadawaj pytania i udzielaj informacji → zadawaj pytania, aby uzyskać informację lub doprecyzować wypowiedź (problem) klienta
- Zaproponuj rozwiązanie, dalsze działanie → zaproponuj, co ty lub/ i klient możecie zrobić
- Zaoferuj dalszą pomoc → spytaj klienta, czy potrzebuje czegoś jeszcze
- Zakończenie rozmowy → podziękuj klientowi i zaczekaj, aż pierwszy odłoży słuchawkę

AKTYWNE SŁUCHANIE



⇒ NIE SŁUCHASZ AKTYWNIE, JEŚLI:

- określasz swoje stanowisko
- skupiasz się na forsowaniu swojego zdania
- autorytatywnie doradzasz
- narzucasz gotowe rozwiązania
- przerywasz mówiącemu

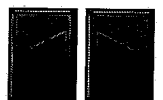


AKTYWNE SŁUCHANIE



⇒ SŁUCHASZ AKTYWNIIE, JEŚLI:

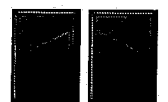
- koncentrujesz się na rozmówcy
- upewniasz rozmówcę, że słuchasz
- potakując
- stosując:
 - pytania → ukierunkowanie
 - parafrazy → potwierdzanie
 - notatki → porządkowanie
 - podsumowania → wyjaśnianie, sprawdzanie zrozumienia
 - analizujesz usłyszane treści
→ korygujesz na bieżąco ofertę



Rozmowa telefoniczna z punktu widzenia klienta



⇒ Postaw się w roli klienta i zastanów się, co sprawia, że klient jest zadowolony z przebiegu rozmowy telefonicznej lub jest nią zirytowany.

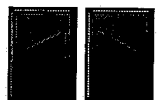


PIERWSZE WRAŻENIE



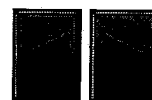
⇒ **“Nigdy nie będziesz mieć drugiej szansy, by zrobić pierwsze wrażenie”...**

....masz na to 5- 15 sekund.



⇒ Komunikowanie jest sztuką bycia zrozumiałym, zatem:

- Bądź zrozumiały - w przeciwnym przypadku słuchacze wyłączą się
- Bądź zrozumiały - skomplikowany język jedynie zniechęci słuchacza
- Bądź żywy - zaangażuj się w swoją prezentację.
- Bądź naturalny - rozluźnij się, to i twój słuchacz się rozluźni i będzie cię słuchać
- Unikaj manier językowych mogącej zniechęcić słuchacza, np. połykania końcówek.
- Unikaj skrótów, chyba że wszyscy je znają lub najpierw je wytłumaczysz.
- Unikaj żargonu, stosowanie go może być nawet przyjęte jako zarozumiałość



Rozmowa telefoniczna z punktu **OCM**nia klienta

➔ KLIENT NIE LUBI, GDY:

- ⊕ - nie może się dodzwonić,
- ⊕ - długo czeka na podniesienie słuchawki
- ⊕ - odpowiada automatyczna sekretarka,
- ⊕ - nie wie, z kim rozmawia
- ⊕ - ma wrażenie, że nikt go nie słucha
- ⊕ - rozmówca jest niekompetentny, nie potrafi rozwiązać problemu klienta
- ⊕ - wypowiedź jest niekonkretna, długa, i najeżona niezrozumiałymi zwrotami
- ⊕ - nie dopuszcza się go do głosu
- ⊕ - narzuca się mu punkt widzenia
- ⊕ - zbywa się go, udziela wymijających odpowiedzi
- ⊕ - rozmówca traktuje go lekceważąco, jest protekcyjny lub spoufala się
- ⊕ - nie może wyrazić swoich oczekiwań i poglądów
- ⊕ - jest źle łączony z liniami wewnętrznymi
- ⊕ - rozmówca jest nieuprzejmy, arogancki i niecierpliwy
- ⊕ - występują zakłócenia
- ⊕ - rozmówca pierwszy odkłada słuchawkę-

ZASADY POZYTYWNEJ AUTOPREZENTACJI

QCM

- ➔ Bądź dobrym słuchaczem. To sztuka, która nie tylko w biznesie czyni cuda
 - ❖ wszelki brak uwagi zostanie spostrzeżony przez rozmówcę
 - ❖ klient chce mieć poczucie, że jesteś zainteresowany: nim, jego sytuacją, tym, co mówi
 - ❖ dawaj sygnały zainteresowania, zrozumienia
- ➔ Uprawiaj też sztukę zadawania pytań
 - ❖ pytania, a nie stwierdzenia okazują się najskuteczniejszym sposobem przekonania ludzi do twojej oferty, sposobu myślenia
 - ❖ kto pyta - ten prowadzi, kontroluje rozmowę
 - ❖ ludzie głównie interesują się sobą, swoimi potrzebami; pozwól im o tym opowiedzieć
- ➔ Mów pozytywnie
 - ❖ negatywne zwroty mogą ciebie i klienta "hipnotyzować" i ograniczać
 - ❖ wyklucz (lub zmień na lepsze) negatywne zwroty z twojego języka

ZASADY POZYTYWNEJ AUTOPREZENTACJI

QCM

- ➔ Zbieraj o swoim rozmówcy wszelkie możliwe informacje
 - ❖ im więcej wiesz, tym łatwiej jest ci koncentrować się na potrzebach i oczekiwaniach klienta
- ➔ Rozpoczynaj i kończ rozmowę w szczególnie miły i uprzejmy sposób, z uśmiechem w głosie
 - ❖ na początku, bo pierwsze wrażenie decyduje i na końcu, bo ostatnie wrażenie pozostaje
 - ❖ uśmiech nas samych rozwesela, mobilizuje i angażuje
 - ❖ odruchową reakcją człowieka jest dostosowanie własnego nastroju do nastroju rozmówcy
- ➔ Daj odczuć klientowi, że to on jest ważny
 - ❖ ludzie chcą czuć się ważni, mieć poczucie kontroli nad sytuacją
 - ❖ szanuj przekonania rozmówcy i okazuj mu to

ZASADY POZYTYWNEJ AUTOPREZENTACJI

QCM

⇒ Kontroluj swoje negatywne uprzedzenia, nastawienia

- ❖ zarówno te dotyczące: klienta, siebie, oferty
- ❖ wzmocnij w sobie wiarę w to, co masz mówić;
nie przekonasz klienta jeśli sam nie będziesz
przekonany

⇒ Myśl pozytywnie

- ❖ to, co myślisz wpływa na twoje samopoczucie
i efektywność działania

⇒ Zanim się pożegnasz - uśmiechnij się

- ❖ bez względu na efekt rozmowy zakończ ją
uprzejmie i życzliwie - pokażesz swój
profesjonalizm, poczujesz się lepiej

ZASADY POZYTYWNEJ AUTOPREZENTACJI

QCM

⇒ Nie kłóć się z klientem

- ❖ nie broń stanowczo swej pozycji; może to wywołać u klienta poczucie, że robisz z niego głupca
- ❖ jeśli nie musisz nie mów, że się nie zgadzasz
- ❖ jeżeli to jednak robisz, to powiedz konkretnie: z czym i dlaczego się nie zgadzasz
- ❖ używaj raczej zwrotów: "tak i...", "tak, ale...", niż "nie, bo..."

⇒ Mów obrazowo, z zaangażowaniem i ekspresją

- ❖ uwagę trzeba stale podsycać - monotonia jest wrogiem sukcesu
- ❖ wczuwaj się w to, co mówisz a będziesz bardziej przekonujący
- ❖ mów plastycznie, z humorem, stosuj porównania, odwołuj się do przykładów z życia

⇒ Przyznawaj się do oczywistych błędów

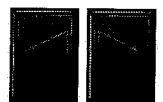
- ❖ pokazuj niedoskonałości - to uczyni cię bardziej wiarygodnym (ale nie koncentruj się na nich nadmiernie)
- ❖ argumentacja dwustronna jest skuteczną metodą przekonywania

PREZENTACJA Zwiększenie poziomu akceptacji



➔ Generalną zasadą jest dostosowanie rodzaju i sposobu przedstawiania argumentacji do konkretnego klienta. Zadaj więc sobie następujące pytania:

- Czy twoja prezentacja jest właściwie dostosowana do klienta?
- Czy wszystkie twoje argumenty przemówią do tego konkretnego klienta?
- Czy twoja argumentacja jest “obustronna”?
- Czy nie stosujesz zbyt dużo żargonu?
- Czy sprawiasz wrażenie solidnego?



○ Zwiększenie poziomu akceptacji

➔ **Generalną zasadą jest dostosowanie rodzaju i sposobu przedstawiania argumentacji do konkretnego klienta. Zadaj więc sobie następujące pytania:**

- Czy twoja wypowiedź jest właściwie dostosowana do klienta?
- Czy wszystkie twoje argumenty przemówią do tego konkretnego klienta?
- Czy twoja argumentacja jest “obustronna”?
- Czy nie stosujesz zbyt dużo żargonu?
- Czy sprawiasz wrażenie solidnego?

➤ Początek - środek - zakończenie

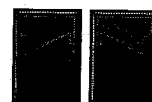
- ➔ Efektywna komunikacja ma miejsce wtedy, gdy to, co mówimy jest odbierane przez drugą stronę zgodnie z naszą intencją.
- ➔ Dobra komunikacja jest warunkiem skutecznego realizowania zadań, dobrych relacji interpersonalnych oraz ograniczania niepotrzebnych konfliktów.
- ➔ Komunikacja to proces, który polega na wzajemnej wymianie informacji pomiędzy osobami, w którym każdy jest nadawcą i odbiorcą jednocześnie.
- ➔ Dobry konsultant to mistrz komunikacji.

Zrozumieć drugą stronę w
75%

CECHY WYPOWIEDZI-GŁOS



- ⇒ brzmienie głosu
- ⇒ odpowiednia modulacja
- ⇒ ton głosu
- ⇒ siła głosu, głośność
- ⇒ dykcja, artykulacja
- ⇒ tempo wypowiedzi
- ⇒ umiejętność przykuwania uwagi rozmówcy
- ⇒ dostosowanie sposobu wysławiania się do rozmówcy
- ⇒ pauzy
 - ☞ dać czas do przeanalizowania wypowiedzianej/usłyszanej treści
 - ☞ pobudzić do słuchania
 - ☞ wywołać reakcję



○ Zwiększenie poziomu akceptacji

⇒ **Generalną zasadą jest dostosowanie rodzaju i sposobu przedstawiania argumentacji do konkretnego klienta. Zadaj więc sobie następujące pytania:**

- Czy twoja wypowiedź jest właściwie dostosowana do klienta?
- Czy wszystkie twoje argumenty przemówią do tego konkretnego klienta?
- Czy twoja argumentacja jest “obustronna”?
- Czy nie stosujesz zbyt dużo żargonu?
- Czy sprawiasz wrażenie solidnego?

➤ Początek - środek - zakończenie