



CALL CENTAR

DOLAZNI POZIVI

DOOR 30th
—TRAINING & CONSULTING—
Anniversary

CILJANA SKUPINA

Djelatnici u call centrima koji obrađuju veliku količinu dolaznih poziva s raznim upitima o proizvodima i uslugama važe organizacije.

OPIS PROGRAMA

Zadovoljstvo klijenata koji se nalaze na telefonskoj liniji pokazatelj je uspješnosti djelatnika u call centru. Upotrebom razvijenih komunikacijskih vještina, učinkovitom strukturom telefonskog razgovora, ne samo da će biti spriječeni mogući propusti i greške nego će osigurati najbolji mogući ishod, kako za klijenta tako i za organizaciju.

Što je zapravo call center? Zamišljamo sliku velike prostorije s puno djelatnika na svojim radnim mjestima s modernom komunikacijskom opremom, računalima, monitorima, kako neprestano odgovaraju na brojne telefonske pozive koji stižu iz minute u minutu. Javljanjem na svaki slijedeći poziv započinje jedna nova priča, priča koja ima samo jedan cilj, a to je zadovoljan klijent koji je dobio uslugu koja se u potpunosti poklapa s njegovim potrebama. To je u konačnici temelj na kojem se gradi uspjeh svake organizacije.

Novi i moderni informacijski kanali kao što su e-mail komunikacija, web prezentacije i call centri postaju sve jači i jači element ne samo komunikacije nego i prodaje. Djelatnici call centra koji uspješno završe ovaj trening biti će u mogućnosti obaviti povjerene im zadatke na najučinkovitiji mogući način.

TEME

- Poslovanje orijentirano prema klijentu
- Percepcija klijenta prema nama - kako klijenti vide nas u call centru?
- Struktura telefonskog razgovora djelatnika u call centru
- Komunikacijske vještine: vještine pravilnog postavljanja pitanja, proces percepcije - ljestve prosuđivanja, aktivno slušanje u telefonskoj komunikaciji
- Prepoznavanje i razumijevanje potreba klijenta i njegove motivacije za kupovinom
- Pronalaženje i prepoznavanje prilike za dodatnom prodajom (cross-selling i up-selling) temeljene na skrivenim potrebama klijenata
- Prodaja prave vrijednosti proizvoda i usluga klijentima
- Razlike između obilježja, prednosti i koristi proizvoda za klijenta
- Predstavljanje neodoljive ponude klijentima temeljene na njihovoj potrebi
- Nošenje s prigovorima
- Učinkovito zaključivanje prodaje putem telefona
- Emocionalna inteligencija u stresnim situacijama

PRISTUP

Trening je izrazito interaktivan s nizom vježbi, diskusija, igranja uloga, rada u parovima i u grupama. Poseban naglasak je na vježbama simuliranih stvarnih slučajeva iz prakse nakon čega slijedi detaljan feedback trenera. Na taj način polaznici su odmah nakon treninga spremni naučeno početi primjenjivati u praksi.

Trajanje treninga je 2 uzastopna dana.

DOOR[®]
 TRAINING & CONSULTING
 HRVATSKA

Vrata Znanja d.o.o.
 Dugoselska 10, 10000 Zagreb
 tel: 01/ 230-8061
 info@doortraining.hr
 www.doortraining.hr

CILJEVI

Po završetku ovog treninga polaznici će:

- Shvatiti važnost potpune orijentacije prema potrebama klijenata
- Planirati i provesti telefonski razgovor s jasnim ciljevima i strategijom
- Ovladati vještinama komunikacije potrebnim za razumijevanje i učinkovito zadovoljenje potreba klijenata
- Izgraditi odnos s klijentom i predstaviti mu istinsku vrijednost proizvoda i usluge
- osim očitih, otkriti i prikrivene potrebe klijenta i tako povećati mogućnosti za prodaju (cross-selling i up-selling)
- Predstaviti klijentima rješenja i preporučiti odgovarajuće rješenje koje odgovara njihovim ciljevima, problemima i potrebama
- Na odgovarajući način odgovoriti na nerazumijevanje, sumnjičavost i zabrinutost klijenta
- Koristiti vrijednost proizvoda da bi se savladali prigovori na cijenu i zahtjevi za popustima
- Razumjeti važnost obilježja i prednosti proizvoda i usluge, te njihovih koristi za klijenta i to koristiti prilikom zaključivanja prodaje
- Učinkovito predstaviti proizvod i uslugu klijentu na način da klijent odmah uvidi koristi koje iz ponude proizlaze za njega
- Učinkovito analizirati i na odgovarajući način rješavati prigovore klijenata
- Učinkovito zaključiti prodaju
- Biti cijenjen od klijenta kao stručnjak i savjetnik koji rješava njegove probleme i pridodaje vrijednost međusobnom kupoprodajnom odnosu te na taj način pozitivno utjecati na opći dojam i ugled organizacije
- Naučiti učinkovite metode temeljem kojih će se uspješno nositi sa stresnim situacijama prilikom komunikacije s klijentima u call centru