

Założenia organizacyjne szkolenia stacjonarnego z Telemarketingu

1. Sposoby realizacji danej formy wsparcia.

1.1 Liczba godzin danej formy wsparcia, liczba i liczebność grup.

Tytuł szkolenia	Telemarketing				
	Łączna ilość godzin:	80	Liczba godzin zajęć teoretycznych	60	Liczba godzin zajęć praktycznych
Ilość uczestników:	50	Ilość grup	5	Ilość osób w grupie	10

1.2 Zakres tematyczny

Lp.	Zakres Tematyczny	Liczba godzin ogółem	Liczba godzin teorii	Liczba godzin ćwiczeń
1	Komunikacja i zarządzanie czasem	12	8	4
2	Techniczne i praktyczne aspekty rozmowy handlowej	62	49	13
3	Call center	6	3	3
4				
5				
6				
OGÓŁEM		80	60	20

1.3 Metodyka nauczania

Celem szkolenia z telemarketingu jest nauka obsługi klienta przez telefon. Szkolenie podzielone zostało na dwie części - wykładową i praktyczną. Na wykładach uczestnicy otrzymają niezbędne informacje z zakresu tzw. „umiejętności miękkich”- czyli: techniki sprzedaży, negocjacje, radzenie sobie z trudnym klientem, umiejętność tworzenia profilu klienta i prowadzenia z nim rozmowy, organizacja pracy, umiejętność radzenia sobie ze stresem - panowanie nad emocjami własnymi i klienta. Celem części praktycznej szkolenia jest zapoznanie się uczestników ze sprzętem używanym w pracy telemarketera. Nauka obejmuje obsługę urządzeń i oprogramowania wykorzystywanego w Call Centre.

Dla każdego uczestnika są przygotowane materiały szkoleniowe w formie skryptu, które ułatwią zapamiętanie wiedzy z zajęć i umożliwią odtworzenie zakresu zdobytej wiedzy po szkoleniu. Trenerzy na zajęciach stosują różnorodne metody zwiększające skuteczność nauczania które prezentujemy poniżej:

- pojęcia, które są dla beneficjentów jednoznaczne, zrozumiałe i łatwe do zapamiętania,
- obrazy i metafory ułatwiające zrozumienie i zapamiętywanie,
- aktywne metody znacznie zwiększające zapamiętywalność,
- metody plakatowe i kompendiów,
- używamy języka, który uwzględnia wszystkich uczestników (kobiety, mężczyzn) oraz ich zróżnicowane doświadczenia życiowe.

Standardowo nasi trenerzy wykorzystują komputery i projektory multimedialne do prowadzenia zajęć. Oczywiście są takie elementy wyposażenia jak: rzutniki folii, rzutniki pisma, flip-charty.

Dodatkowo aby wspomóc proces nauczania, nasi szkoleniowcy pracują z różnymi grupami:

- **duże grupy** - stosowane w przypadku zajęć w technice face to face, wykłady, pytania-odpowiedzi, reguły działania grupowego, komunikowanie ogólnych reguł i zasad, grupy ze zróżnicowaną wiedzą wstępną naprowadzane są na wspólny cel edukacyjny,

- **małe grupy** - praca warsztatowa, ćwiczenia praktyczne, intensywna wymiana między uczestnikami, wspólne rozwiązywanie zadań, budowanie zespołów, uczenie się pracy zespołowej, grupy robocze, projekty grupowe, networking,
- **praca indywidualna** – służy podejmowaniu kwestii indywidualnych w procesie kształcenia, pobudzaniu i wspieraniu samodzielności, poszukiwania rozwiązań, pozwala dostosować tempo i tryb pracy do indywidualnych możliwości i predyspozycji,

Trenerzy przekazują beneficjentom fachowe treści i motywują ich do stawiania pytań i otwartej dyskusji. Trenerzy przeprowadzają z beneficjentami praktyczne ćwiczenia. Prezentacje prac oraz refleksje beneficjentów służą ugruntowaniu nabytej wiedzy i ćwiczeniu autoprezentacji. Nasi trenerzy mają umiejętność uwalniania zasobów tkwiących w beneficjentach poprzez ćwiczenia koncentracji, ćwiczenia rozluźniające, aktywne przerwy. Zwracają uwagę na stworzenie dobrego klimatu grupowego i nauczania pełnego humoru, motywującego. Hasłem trenerów jest „Pozwól nam pokazać co potrafisz

Plan nauczania Telemarketing

2. Przedmioty lub tematy nauczania, ich treść (zawarte w tabelach poniżej)

2.1 Telemarketing – tematyka nauczania, treść

Przedmiot, Temat nauczania	Treść:
KOMUNIKACJA I ZARZĄDZANIE CZASEM	Prezentacja programu oraz celów szkoleniowych
	Prezentacja trenera i uczestników
	Oczekiwania + kontrakt
	Istota komunikacji werbalnej i niewerbalnej
	Kompetencje komunikacyjne i językowe
	Przekazywanie jasnych treści słownych
	Forma zaliczenia zajęć
	Problemy z czasem
	Jakie mamy cele?
	Zbyt łatwe i zbyt trudne cele
	Heurystyka smart
	Macierz Eisenhowera
	Przyczyny opóźnienia realizacji zadań
	Ćwiczenie cd.

<p>TECHNICZNE I PRAKTYCZNE ASPEKTY ROZMOWY HANDLOWEJ</p>	Złodzieje czasu
	Krzywa skuteczności
	Krzywa zakłóceń
	3 zasady
	Zdiagnozowanie słabych punktów
	Budowa wieży
	Plan na jutro
	Jaka reguła jest najlepsza dla Ciebie
	Jak lubicie być obsługiwani jako klienci
	Co jest ważne w telefonicznej obsłudze klienta
	Ćwiczenie różnice
	Wady i zalety
	Kwestionariusz
	Dyktafon
	Co widać, a czego nie widać?
	Słucha, nie słucha
	Jaki powinien być nasz głos w kontakcie z klientem
	Stres
	Radzenie sobie z obawą przed przemawianiem
	Worst case
	Psychiczne nastawienie
	Metody pozyskiwania klientów
	Elementy planowania
	I kto to mówi?
	Ewentualna gra na asertywność str.135
	Asertywność w relacjach z klientem
	Po co dzwoniemy do naszych klientów
	Dlaczego warto?
	Jak dostać się do decydenta?
	Co powiedzieć jak już przejdiesz przez sekretarkę?
	Aktywne słuchanie
	Parafrazowanie + slajdy
	Pytania otwarte i zamknięte
	Ćw. 69
	Ćw. 85
	Dobra notatka
	Telefoniczna prezentacja korzyści
	Efekt pierwszeństwa, efekt świeżości
	Korzyści
	Obiekcje klienta
	Argumentacja
	Ćw. 147
	Negocjacje z klientem
	Umawianie spotkań handlowych
	Scenki, umawianie spotkań
	Ofertowanie
	Kontakt po ofercie
Archiwizacja kontaktu	
Typy klientów	
Jak nie dać się wyprowadzić z równowagi	
Nie pomniejszaj się w oczach klientów	
Ćw. 191	

	Co powinno wynikać z rozmowy telefonicznej?
	Ćwiczenie sprzedażowe
	Jak zareklamować dobrze nasze usługi?
	Sześć kroków pokonywania barier
	Reakcje na negatywne stwierdzenia klientów
	Reklamacje. Po co dzwoniemy do naszych klientów
	Reklamacje
	Windykacja
	Jak dotrzeć do właściwej osoby w temacie windykacji?
	Cross/up - selling
	Jakie w Waszych firmach występują cross - selling?
	Jak dobrze się przygotować do spotkania
	Samodoskonalenie się
	Przypadki z życia - problemy w telemarketingu
	Przypadki z życia - problemy w telemarketingu
	Prezentacje prac
CALL CENTER	Omówienie sprzętu i oprogramowania
	Organizacja centrali telefonicznej
	Usługi sieci inteligentnej

2.2 Rozkład zajęć Telemarketing

Zajęcia prowadzone będą w dwóch różnych wariantach czasowych. W pierwszym wariantcie, zajęcia prowadzone będą od poniedziałku do czwartku, natomiast w drugim wariantcie w piątek i sobotę. Pierwszy wariant przeznaczony będzie głównie dla osób dojeżdżających z Warszawy i jej bliskich okolic. Osoby te będą miały zajęcia w godzinach popołudniowych, uwzględniających ich możliwości dotarcia na szkolenie po zakończonej pracy.

Drugi wariant przeznaczony będzie dla osób z bardziej odległych miejscowości. Osoby z tej grupy będą miały zapewnione noclegi. Zajęcia dla tej grupy odbywać się będą cyklicznie co dwa tygodnie.

Wariant I:

Dzień tygodnia	Godziny	Działanie
Poniedziałek	17:00 – 18:30	Zajęcia cz.1
	18:30 – 19:00	Przerwa
	19:00 – 20:30	Zajęcia cz.2
Wtorek	17:00 – 18:30	Zajęcia cz.1
	18:30 – 19:00	Przerwa
	19:00 – 20:30	Zajęcia cz.2
Środa	17:00 – 18:30	Zajęcia cz.1
	18:30 – 19:00	Przerwa
	19:00 – 20:30	Zajęcia cz.2
Czwartek	17:00 – 18:30	Zajęcia cz.1
	18:30 – 19:00	Przerwa
	19:00 – 20:30	Zajęcia cz.2

Innowacj@ i nowe kwalifikacje w zawodach związanych z obsługą klienta

Wariant II:

Dzień tygodnia	Godziny	Działanie
Piątek	17:00 – 18:30	Zajęcia cz.1
	18:30 – 19:00	Przerwa
	19:00 – 20:30	Zajęcia cz.2
Sobota	9:00 – 10:30	Zajęcia cz.1
	10:30 – 10:45	Przerwa
	10:45 – 12:15	Zajęcia cz.2
	12:15 – 12:45	Przerwa obiadowa
	12:45 – 14:15	Zajęcia cz.3