

Psychologiczne aspekty negocjacji w windykacji telefonicznej

27 - 28 czerwca 2016 r.
Hotel Marriott, Al. Jerozolimskie 65/79, Warszawa

Cel kluczowy szkolenia:

- ✓ Kształtowanie umiejętności w zakresie skutecznej komunikacji z dłużnikiem w trakcie telefonicznych negocjacji windykacyjnych.

Cele szczegółowe:

- ✓ Przedstawienie zasad negocjacji oraz skutecznych strategii stosowanych w windykacji telefonicznej.
- ✓ Rozwój kompetencji w obszarze komunikacji telefonicznej: zasady pracy z telefonem, w jaki sposób należy prowadzić rozmowę aby odnieść sukces.
- ✓ Wypracowanie przez uczestników szkolenia umiejętności budowania odpowiednich relacji z dłużnikiem.
- ✓ Rozwój umiejętności reagowania na trudne sytuacje dzięki technikom komunikacji asertywnej.
- ✓ Poznanie technik kontroli emocji, sposobów zapobiegania i radzenia sobie ze stresem.
- ✓ Przedstawienie sposobów windykacji klientów o różnych typach osobowości.

Metodologia szkolenia:

- ✓ Wykład interaktywny
- ✓ Praca indywidualna,
- ✓ Dyskusja moderowana,
- ✓ Studia przypadku
- ✓ Gry, symulacje i ćwiczenia (indywidualne i podgrupach)
- ✓ Nagrania (pliki dźwiękowe)
- ✓ Omówienia ćwiczeń
- ✓ Odgrywanie ról,
- ✓ Testy autodiagnostyczne,
- ✓ Testy osobowości

Program szkolenia

1. ELEMENTY PSYCHOLOGII W WINDYKACJI

- ✓ Jak rozgrywać reakcje obronne dłużników?
- ✓ skąd się biorą wymówki dłużników? Jak je weryfikować?
- ✓ skąd płynie siła negocjacyjna?
- ✓ co da nam efektywne komunikowanie się w sytuacjach konfliktowych?
- ✓ Jak postępować i rozmawiać z nierzetelnymi klientami,
- ✓ Zasady skutecznej korespondencji z dłużnikiem.

2. SKUTECZNA KOMUNIKACJA W NEGOCJACJACH I BUDOWANIE RELACJI Z KLIENTEM

- ✓ Procedury i regulamin windykacji,
- ✓ Znaczenie pierwszego wrażenia
- ✓ Rola indywidualnego podejścia do dłużnika
- ✓ Strategie otwarcia rozmowy i przełamywanie lodów
- ✓ Nawiązywanie kontaktu i podtrzymywanie relacji

3. STRATEGIA NEGOCJACJI W WINDYKACJI

- ✓ Tworzenie strategii negocjacyjnych
- ✓ Negocjacje osobiste i telefoniczne
- ✓ Techniki negocjacji dostosowane do sytuacji
- ✓ Stanowiska a interesy.
- ✓ Interes musi być chroniony - różne drogi dojścia do celu (realizacji interesu).
- ✓ Jak radzić sobie z impasami?

- ✦ Budowanie porozumienia negocjacyjnego.
- ✦ Zmiana podejścia do negocjacji windykacyjnych, uwrażliwienie na potrzeby drugiej strony, przy jednoczesnym wzmocnieniu własnego stanowiska.

4. ZASADY NEGOCJACJI TWARDYCH I MIĘKKICH

- ✦ Podział negocjacji na twarde i miękkie
- ✦ Zarządzanie ustępstwami
- ✦ Praktyczne zastosowanie twardych technik negocjacyjnych

5. NEGOCJACJE OPARTE NA ZASADACH

- ✦ Sens negocjacji o interesy
- ✦ Oddziel ludzi od problemu: bariery komunikacyjne - rozpoznawanie i unikanie; analiza
- ✦ Transakcyjna a komunikacja w negocjacjach
- ✦ Odkrywaj stanowiska drugiej strony; staraj się, aby wynik rozmów oparty był o obiektywne
- ✦ Kryteria; znajdź kilka rozwiązań pogodzenia stanowisk
- ✦ Kiedy stosować negocjacje oparte o interesy?

6. NAWIĄZYWANIE KONTAKTU Z KLIENTEM

- ✦ Znaczenie pierwszego wrażenia
- ✦ Rola indywidualnego podejścia do klienta
- ✦ Strategie otwarcia rozmowy i przełamywanie lodów
- ✦ Nawiązywanie kontaktu i podtrzymywanie relacji
- ✦ Określenie i zrozumienie potrzeb klienta
- ✦ Uświadomienie klientowi zaangażowania i profesjonalizmu własnej organizacji

7. TYPY KLIENTA - SPOSÓB SKUTECZNEJ OBSŁUGI

- ✦ Rozpoznanie charakterystyki klienta
- ✦ Dopasowanie stylu do typu klienta
- ✦ Wpływ poprzez wartości klienta

8. ZASPOKAJANIE PSYCHOLOGICZNYCH POTRZEB KLIENTA

- ✦ Badanie potrzeb klienta
- ✦ Jak sprawić, aby klient poczuł się ważny?
- ✦ Jak wpływać na pozytywne emocje klienta?
- ✦ Budowanie lojalności i zadowolenia
- ✦ Opłacalność tworzenia dobrych relacji z klientem
- ✦ Metody rozpoznawania potrzeb klientów; wywieranie wpływu
- ✦ Określenie celów sprzedaży i metody prezentacji produktu

9. BUDOWANIE RELACJI Z KLIENTEM

- ✦ Jak budować relacje z klientem
- ✦ Otwarcie czyli początek budowy relacji z nowym klientem i otwarcie jako wzmocnienie relacji przy każdorazowym kontakcie
- ✦ Techniki okazywania zainteresowania
- ✦ Poczucie humoru i optymizm
- ✦ Techniki budowania zaufania
- ✦ Wzmacnianie satysfakcji Klienta z każdorazowego kontaktu
- ✦ Proces rozmowy z klientem
- ✦ Narzędzia utrwalania satysfakcji klienta i wzmacniania relacji

10. AKTYWNE SŁUCHANIE

- ✦ Poziomy jakości słuchania
- ✦ Selektywne słuchanie klienta
- ✦ Sztuka wychwytywania istotnych elementów

11. SPECYFIKA TELEFONICZNEJ WINDYKACJI

- ✦ Struktura rozmowy telefonicznej
- ✦ Słowa klucze
- ✦ Jak zbudować zaufanie na początku rozmowy?
- ✦ Budowanie atmosfery w rozmowie telefonicznej
- ✦ Ograniczenia telefonu i ich wpływ na postawę rozmówców

12. NARZĘDZIA BUDOWANIA DOBREGO KONTAKTU Z KLIENTEM

- ✦ Specyfika rozmowy telefonicznej
- ✦ Proces komunikacji
- ✦ Aktywne słuchanie
- ✦ Precyzja wypowiedzi
- ✦ Rola pytań w komunikacji
- ✦ Budowanie relacji

13. ZASADY PRACY Z TELEFONEM

- ✎ Stres "pierwszego telefonu"
- ✎ Kultura rozmowy telefonicznej
- ✎ Czas trwania rozmowy
- ✎ Planowanie rozmowy i formułowanie celu

14. CO I JAK MÓWIĆ?

- ✎ Parametry głosu a efektywność działania
- ✎ Diagnoza własnego głosu
- ✎ Trening głosu - jak podwyższyć jego wartość?
- ✎ Odpowiedni dobór słów i zwrotów
- ✎ Sposób budowy zadań
- ✎ Aktywne słuchanie
- ✎ Zadawanie pytań
 - ✓ Pozyskanie informacji
 - ✓ Potwierdzenie
 - ✓ Budowanie odpowiedniego klimatu rozmowy

15. TECHNIKA PRACY PRZEZ TELEFON

- ✎ Fazy i cele rozmowy
- ✎ Nawiązanie kontaktu z rozmówcą
 - ✓ Budowa kontaktu
 - ✓ Osiabianie kontaktu
- ✎ Obiekcje i trudności w rozmowie
 - ✓ Wysłuchaj
 - ✓ Potwierdź zrozumienie
 - ✓ Podaj rozwiązanie
- ✎ Środki oddziaływania

16. ZASTOSOWANIE TECHNIK WYWIERANIA WPŁYWU

- ✎ Przygotowanie - zanim zadzwoni telefon
- ✎ Otwarcie - pierwszy kontakt z klientem
- ✎ Analiza potrzeb - kim jest klient, czego oczekuje?
- ✎ Prezentacja - dopasować styl do typu klienta
- ✎ Wyjaśnienie obiekcji - jak polubić i korzystać z obiekcji klienta?
- ✎ Zamknięcie - umiejętne prowokowanie decyzji
- ✎ Polecenia - budowa gotowości do polecenia nas innym
- ✎ Pielęgnacja kontaktu - klient na całe życie

17. WARSZTAT GŁOSU I WYMOWY

- ✎ Praca z dykcyonarem
- ✎ Modulacja brzmienia i siły głosu
- ✎ Warsztat tempa rozmowy
- ✎ Możliwość nagrania i analizy rozmów warsztatowych.

18. OPEROWANIE KLIMATEM, NASTROJEM, EMOCJĄ

- ✎ Lista emocji
- ✎ Emocje główne i pomocnicze

19. STAŁA POPRAWA WŁASNEGO STYLU DZIAŁANIA

- ✎ Jak samemu doskonalić dalej swój warsztat pracy?
 - ✓ Co zrobiłem najlepiej i co najbardziej warto poprawić?
- ✎ Szybkie wyciąganie wniosków
- ✎ Wygoda i skuteczność pracy

20. JAK SOBIE RADZIĆ Z TRUDNYMI KLIENTAMI?

- ✎ Przyczyny niezadowolenia klientów
- ✎ Reagowanie na emocje i zażalenia
- ✎ Profesjonalizm w radzeniu sobie z obiekcjami i sprzeciwem
- ✎ Radzenie sobie z manipulacją i krytyką
- ✎ Wyjaśnianie obiekcji klienta
- ✎ Umiejętność zachowania się w sytuacjach konfliktowych (w jaki sposób doprowadzić do eskalacji konfliktu z klientem? Jak wygasić emocje gdy już konflikt wybuchł/ jak i kiedy przyznać klientowi rację)

21. SKUTECZNE REAGOWANIE, ZAPOBIEGANIE POWSTAWANIU ORAZ ROZWIĄZYWANIE SYTUACJI KONFLIKTOWYCH

- ✎ Przyczyny powstawania konfliktów w kontakcie z klientem - koło i etapy problemów
- ✎ Przewidywanie i wczesne diagnozowanie potencjalnego konfliktu

- ✔ Przewartościowanie sytuacji konfliktowych/kryzysowych
- ✔ Rozróżnianie zarzutów rzeczywistych od pozornych
- ✔ Rozpoznawanie i radzenie sobie z manipulacjami klientów
- ✔ Postawy wobec sytuacji konfliktowych
- ✔ Efektywne zachowania w konfliktach
- ✔ Postawa asertywna w sytuacji konfliktu
- ✔ Zachowania asertywne jako techniki wywierania wpływu i obrony przed presją
- ✔ Rozpoznawanie emocji klienta i kontrolowanie emocji własnych
- ✔ Rodzaje asertywności (mięka, twarda, negocjacyjna)
- ✔ Kontrolowanie uczuć i emocji

22. STRATEGIA PODEJŚCIA DO KONFLIKTÓW

- ✔ Rywalizacja
- ✔ Dostosowanie, uleganie
- ✔ Unikanie
- ✔ Kompromis
- ✔ Współpraca
- ✔ Diagnoza naturalnego stylu podejścia do konfliktów

23. SPOSOBY ZAPOBIEGANIA I RADZENIA SOBIE Z EMOCJAMI I STRESEM

- ✔ Zasoby osobiste w radzeniu sobie ze stresem
- ✔ Sposoby wypierania emocji (racjonalizacja, projekcja, stłumienie, przemieszczenie itp.)
- ✔ Tłumienie a transformowanie emocji
- ✔ Identyfikowanie własnego wzorca
- ✔ Sytuacja wewnętrzna a sytuacja zewnętrzna
- ✔ Zarządzanie emocjami w sytuacjach trudnych, czyli jak radzić sobie ze złością i innymi silnymi emocjami?
- ✔ Rola wyrażania emocji i odreagowywania napięcia
- ✔ Szybkie sposoby pozbywania się negatywnych emocji
- ✔ Wyrażanie emocji pozytywnych
- ✔ Psychosomatyczne konsekwencje obciążenia stresem
- ✔ Autodiagnoza indywidualnych obszarów zagrożeń
- ✔ Rodzaje oddechu
- ✔ Praktyka świadomego oddechu
- ✔ "Zmniejszamy stres" - ustalanie celu, który pomaga zmniejszyć stres oraz przeanalizować sposoby jego osiągnięcia
- ✔ Techniki relaksacyjne - "Relaksacja przez oddychanie" / "Trening autogenny" (oddychanie połączone z wizualizacją, rozluźnianie mięśni) / Relaksacja Progresywna / "Techniki wizualizacyjne, pomagające kreatywnie znajdować rozwiązania problemów" i inne
- ✔ Wpływ kondycji psychofizycznej, czyli jak zadbać o siebie?
- ✔ Wiara w siebie i jej wpływ na poziom stresu

24. JAK ZACHOWAĆ POSTAWĘ ASERTYWNĄ W WINDYKACJI?

- ✔ Asertywne odmawianie i prośenie
- ✔ Kiedy można, a kiedy nawet trzeba powiedzieć "Nie"?
- ✔ Kulturalne upominanie klienta
- ✔ Przekazywanie klientowi złych wiadomości
- ✔ Korzyści i ryzyko związane z przyjęciem postawy asertywnej, agresywnej lub uległej
- ✔ Zestawy technik postępowania w trudnych, konfliktowych sytuacjach

25. WINDYKACJA KLIENTÓW O RÓŻNYCH TYPACH OSOBOWOŚCI

- ✔ Rozpoznawanie typów osobowościowych Klientów
- ✔ Kto to jest trudny Klient
- ✔ Świadomość przewagi i ograniczeń własnego typu osobowości w procesie obsługi Klienta
- ✔ Jak budować i utrzymywać relacje z klientami o różnych typach osobowości
- ✔ Jak windykować osoby o różnych typach osobowości

26. Analiza własnego stylu komunikacji i pracy na podstawie TESTU OSOBOWOŚCI TTI Ltd. INSIGHTS Analysen by SCHEELEN Institut für Managementberatung und Bildungsmarketing.

27. PROCEDURY I STANDARDY W ZAKRESIE OBSŁUGI KLIENTA - CLIENT CODE

- ✔ Wypracowanie standardów profesjonalnej obsługi klienta- projekt

28. Podsumowanie

HARMONOGRAM

Dzień I

- 👉 09:30 - 10:00 Rejestracja i przywitanie uczestników
- 👉 10:00 - 11:30 Szkolenie
- 👉 11:30 - 11:45 Przerwa kawowa
- 👉 11:45 - 13:30 Szkolenie
- 👉 13:30 - 14:00 Lunch
- 👉 14:00 - 16:00 Szkolenie
- 👉 16:00 Zakończenie szkolenia

Dzień 2

- 👉 08:30 - 09:00 Rejestracja i przywitanie uczestników
- 👉 09:00 - 10:30 Szkolenie
- 👉 10:30 - 10:45 Przerwa kawowa
- 👉 10:45 - 12:30 Szkolenie
- 👉 12:30 - 13:00 Lunch
- 👉 13:00 - 15:00 Szkolenie
- 👉 15:00 Zakończenie szkolenia



Piotr T. Ruta

Trener, coach, konsultant, negocjator, doradca i mówca motywacyjny z ponad 20 letnim doświadczeniem.

Wykładowca na Studiach Podyplomowych w Wyższej Szkole Bankowej w Poznaniu oraz Uniwersytecie Łódzkim.

Studiował na Wydziale Dziennikarstwa i Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego.

Jest absolwentem programu the Advanced Certificate in Marketing. Od 2004 roku jest też członkiem The Chartered Institute of Marketing i Communication Managerem Komitetu CIM Poland zarządzającego tą organizacją na terenie Polski. Ukończył Akademię Junior Chamber Poland oraz specjalistyczne kursy Best Practices for Investor Relations Professionals. Członek Klubu MBA Wyższej Szkoły Zarządzania / The Polish Open University.

Od 1994 roku doradza i szkoli jako trener miękkich umiejętności menedżerskich oraz niezależny konsultant ds. komunikacji marketingowej. Posiada również doświadczenie w projektach związanych z komunikacją wewnętrzną w firmie. Jako mówca motywacyjny ma duże doświadczenie w wystąpieniach publicznych na konferencjach i seminariach. Coach z ponad 10 letnią praktyką. Prowadzi sesje coachingowe zgodnie ze standardami ICF (International Coach Federation)

Łączy wiedzę i praktykę z obszaru umiejętności menedżerskich, komunikacji, PR oraz HR. Specjalizuje się w zagadnieniach z zakresu technik sprzedaży, negocjacji i obsługi klienta, zarządzania zespołami, procesów komunikacji, marketingu, public relations, social media, autoprezentacji i wystąpień publicznych, etykiety biznesowej oraz narzędzi wykorzystywanych w trakcie powyższych działań. Certyfikowany konsultant narzędzi psychometrycznych m.in.: Extended DISC® i Success Insights. Zajmuje się także problematyką innowacyjności i leadership. Ma na swoim koncie liczne publikacje w prasie branżowej wydawnictwach książkowych oraz elektronicznych.

Szkolił między innymi przedstawicieli firm jak:

Alior Bank, Allianz Bank Polska, Accenture Sp. z o.o., Avon Cosmetics Polska, Avon Operations Polska Sp. z o.o., Bank BPH, Philip Morris Polska S.A., Proctor & Gamble, Renault Polska, ROSSMANN SDP Sp. z o.o., Sandvik Mining and Construction, Tesco Polska Sp. z o.o., TUI Poland Sp. z o.o., Unilever Polska SA, Volkswagen Bank Polska, 3M Poland Sp. z o.o., Alstom Power. Sp. z o.o., Antalis Poland Sp. z o.o., ArcelorMittal Poland S.A., Budimex S.A., BP Polska, Browar Okocim S.A., British American Tobacco Polska Trading, Ciech S.A., Coca-Cola HBC Polska, Colgate-Palmolive Poland Sp. z o.o., Cussons, Danfoss Sp. z o.o., Dr Irena Eris, Grupa Selenia FM S.A., Grupa Żywiec S.A., Henkel, Hochtief Polska Sp. z o.o., International Paper Kwidzyn Sp. z o.o., LUG S.A. Michelin Polska S.A., Microsoft Sp. z o.o., MICHELIN Polska, NESTLE POLSKA S.A., Philips Lighting, Proctor & Gamble, Renault Polska, SKF Polska, Siemens, S&T Services Polska, Sandvik Mining and Construction, ThyssenKrupp Xervon Polska i innych.

Od wielu lat prowadzi szkolenia przygotowane dla specjalnie dla poszczególnych jednostek administracji publicznej wszystkich szczebli. Szkolił między innymi przedstawicieli takich instytucji jak: Sejm i Senat RP, Kancelaria Prezydenta i Premiera RP, Kancelaria Sejmu i Senatu, Ministerstwo Spraw Wewnętrznych i Administracji, Ministerstwo Spraw Zagranicznych, Ministerstwo Infrastruktury, Urząd Komunikacji Elektronicznej, Narodowy Fundusz Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej, Urzędy Wojewódzkie: Dolnośląski, Kujawsko-Pomorski, Lubelski, Lubuski, Małopolski, Łódzki Urząd, Opolski, Podkarpacki, Podlaski, Pomorski, Śląski, Świętokrzyski, Warmińsko-Mazurski, Wielkopolski, Zachodniopomorski, Urząd Miasta Stołecznego Warszawy i wielu innych.

Psychologiczne aspekty negocjacji w windykacji telefonicznej

27 - 28 czerwca 2016 r. Hotel Marriott, Al. Jerozolimskie 65/79, Warszawa

Imiona, nazwiska oraz stanowiska uczestników:

Nazwa firmy:

Adres firmy:

NIP:

Tel:

Fax:

E-mail:

☐ Proszę o przesłanie potwierdzenia na mój e-mail

☐ Proszę o wystawienie faktury VAT

Uwagi:

Cena uczestnictwa

☐ 1090 PLN + 23% VAT - koszt udziału jednej osoby

UWAGA! W przypadku gdy udział w szkoleniu jest finansowany co najmniej w 70% ze środków publicznych stosujemy stawkę zw VAT.

Warunki uczestnictwa

- Cena obejmuje: prelekcje, materiały, certyfikat oraz wyżywienie.
 - Po otrzymaniu zgłoszenia prześlemy Państwu potwierdzenie udziału w szkoleniu oraz fakturę pro forma.
 - Prosimy o dokonanie wpłaty zgodnie z terminem płatności podanym na fakturze proforma.
 - Wpłaty należy dokonać na konto: 69 1140 2004 0000 3302 7499 3004
 - Rezygnację z udziału należy przysłać listem poleconym na adres organizatora.
 - W przypadku rezygnacji w terminie mniejszym niż 14 dni przed rozpoczęciem szkolenia pobierane jest 100% opłaty za udział bez względu na termin wysłania formularza zgłoszeniowego.
 - Nieodwołanie zgłoszenia lub niewzięcie udziału w szkoleniu powoduje obciążenie pełnymi kosztami udziału.
 - Niedokonanie wpłaty nie jest jednoznaczne z rezygnacją z udziału.
 - Zamiast zgłoszonej osoby w szkoleniu może wziąć udział inny pracownik firmy.
 - Organizator zastrzega sobie prawo do zmian w programie.
 - W przypadku, gdy wykładowca z przyczyn losowych nie będzie mógł przeprowadzić zajęć w podanym wcześniej terminie WLR Training Group zastrzega sobie prawo zmiany terminu zajęć. Uczestnicy szkolenia wskazani przez osobę zgłaszającą zostaną niezwłocznie poinformowani o tym fakcie.
 - Wyrażam zgodę na przetwarzanie danych osobowych dla celów marketingowych przez WLR Training Group zgodnie z Ustawą o ochronie danych osobowych (Dz.U. nr 133/97, poz. 883), a w szczególności zgadzam się na otrzymywanie informacji handlowej od WLR Training Group w rozumieniu Ustawy z 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną na podane wyżej adresy e-mail.
- Oświadczamy, że akceptujemy warunki uczestnictwa w szkoleniu oraz zobowiązujemy się do zapłaty.**

OŚWIADCZENIE VAT ZW

Oświadczamy, że nabyta od WLR TRAINING GROUP SP. Z O.O. mająca charakter usługi kształcenia Zawodowego/przekwalifikowania zawodowego, jest finansowana ze środków publicznych:

a) w całości, zgodnie z treścią art. 43 ust. 1 pkt 29 lit. c ustawy o podatku od towarów i usług z dnia 11.03.2004 r. (Dz. U. z 2011 r. nr 177, poz. 1054 z późniejszymi zmianami) *

b) w co najmniej 70 %, zgodnie z treścią § 3 ust. 1 pkt 14 Rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 20.12.2013 r. w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz warunków stosowania tych zwolnień (Dz. U. z 2013 r. poz. 1722 z późniejszymi zmianami).*

*Prosimy zaznaczyć właściwą opcję a) lub b)

Podpis i pieczęćka