

# Windykacja telefoniczna.

## Psychologiczne aspekty windykacji telefonicznej.

5 - 6 czerwca 2019 r. Millennium Plaza, Al. Jerozolimskie 123, 02-017 Warszawa

### Cel szkolenia:

- ✔ Kształtowanie umiejętności w zakresie skutecznej komunikacji z dłużnikiem w trakcie telefonicznych negocjacji windykacyjnych.
- ✔ 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 twardej techniki 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
- ✦ Optymalność 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
  - ✓ Osłabianie kontaktu
- ✔ Obiekcje i trudności w rozmowie
  - ✓ Wystuchaj
  - ✓ 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 autogeny" (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 proszenie
- 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 SCHELEN 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 pierwszy:

- 09:45 - 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 - 16:30 Szkolenie
- 16:30 Zakończenie szkolenia

#### Dzień drugi:

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

## Wykładowca:

Trener, konsultant, doradca i negocjator. Wykładowca na Studiach Podyplomowych w Wyższej Szkole Bankowej w Poznaniu. 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 Inwestor Relations Professionals. Członek Klubu MBA Wyższej Szkoły Zarządzania / The Polish Open University. Doświadczony negocjator. od 1994 roku doradca i szkoli jako niezależny konsultant ds. komunikacji marketingowej oraz trener miękkich umiejętności menedżerskich. Łączy wiedzę i praktykę z obszaru umiejętności menedżerskich, komunikacji oraz negocjacji i sprzedaży. Specjalizuje się w zagadnieniach z zakresu technik negocjacji sprzedaży i obsługi klienta, etykiety biznesowej, zarządzania zespołami, procesów komunikacji, marketingu, autoprezentacji i wystąpień publicznych oraz narzędzi wykorzystywanych w trakcie powyższych działań. Posiada również doświadczenie w projektach związanych z komunikacją strategiczną. Certyfikowany konsultant narzędzi psychometrycznych Extended DISC® i Success Insights. Zaangażowany w tworzenie zintegrowanych projektów szkoleniowo-eventowych typu szkolenie plus. Zajmuje się także problematyką innowacyjności i leadership. Szkolił między innymi przedstawicieli takich firm jak: Accenture Sp. z o.o., Avon Cosmetics Polska, Avon Operations Polska Sp. z o.o., Browar Okocim S.A., Coca - Cola HBC Polska, Colgate-Palmolive Poland Sp. z o. o., Cussons, Dr Irena Eris, Eurocash Delikatesy Centrum, Farm Frites Poland SA, FERRING PHARMACEUTICALS B.V., Grupa Żywiec S.A., Henkel, Michelin Polska S.A.,Microsoft Sp. z o.o., NESTLE POLSKA S.A., Perła - Browary Lubelskie S.A., PGNiG, Philip Morris Polska S.A.,Philips Lighting, 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 S.A. i innych. Ma na swoim koncie liczne publikacje w prasie branżowej wydawnictwach książkowych oraz elektronicznych. 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, Urząd Miejski w Radomiu, Urząd Miasta Wejherowa, Urząd Miasta Piotrkowa Trybunalskiego Urząd Miejski w Zabrzu, Urząd Miasta i Starostwo Powiatowe w Prudniku, Starostwo Powiatowe w Policach, Starostwo Powiatowe w Tczewie, Starostwo Powiatowe w Brzegu, Urząd Miasta Brzeg, Urząd Miejski w Lewinie Brzeskim, Gródków, Olszanka, Głuchołazy, Pakosławice, Skoroszyce, Powiatowy Urząd Pracy w Olecku, Wojewódzki Urząd Pracy w Rzeszowie, MPWiK w m. st. Warszawie S.A., Warmińsko-Mazurska Agencja Rozwoju Regionalnego SA w Olsztynie Lubelska Agencja Wspierania Przedsiębiorczości w Lublinie i wielu innych.

## Windykacja telefoniczna. Psychologiczne aspekty windykacji telefonicznej.

5 - 6 czerwca 2019 r. Millennium Plaza, Al. Jerozolimskie 123, 02-017 Warszawa

Imiona, nazwiska oraz stanowiska uczestników:

Nazwa firmy:

Adres firmy:

NIP:

Tel:

Fax:

E-mail:

Proszę o wystanie e-faktury VAT w formie załącznika PDF na adres e-mail: .....

Proszę o wystawienie tradycyjnej faktury VAT

Uwagi:

### Cena uczestnictwa

**999 zł + VAT** - koszt udziału jednej osoby przy zgłoszeniu do 17. 05 - **CENA PROMOCYJNA!**

**1190 zł + VAT** - koszt udziału jednej osoby po 17. 05

**1090 zł + VAT** - koszt udziału jednej osoby, przy zgłoszeniu min 2 osób po 17. 05

### Warunki uczestnictwa

Cena obejmuje: prelekcje, materiały, certyfikat oraz wyżywienie. Organizator zastrzega sobie prawo do zmian w programie. Wpłaty należy dokonać na konto podane na dokumencie proforma lub fakturze VAT. Niedokonanie wpłaty nie jest jednoznaczne z rezygnacją z udziału. Zamiast zgłoszonej osoby w szkoleniu może wziąć udział inny pracownik firmy. Rezygnację z udziału należy przysyłać listem poleconym na adres organizatora. Prosimy o dokonanie wpłaty zgodnie z terminem płatności podanym na fakturze proforma. Po otrzymaniu zgłoszenia prześlemy Państwu potwierdzenie udziału w szkoleniu oraz fakturę pro forma. Nieodwołanie zgłoszenia lub niewzięcie udziału w szkoleniu powoduje obciążenie pełnymi kosztami udziału. W przypadku rezygnacji w terminie mniejszym niż 14 dni przed rozpoczęciem szkolenia pobierane jest 100% opłaty za udział bez względu na termin wystania formularza zgłoszeniowego. 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. W przypadku finansowania ze środków publicznych faktura VAT zostanie wystawiona ze stawką VAT zw. ale cena na fakturze będzie ceną brutto z tego formularza zgłoszeniowego

Wyrażam zgodę na przetwarzanie moich danych osobowych przez WLR Training Group Sp. z o. o. z siedzibą w Warszawie w zakresie prowadzonej przez nią działalności gospodarczej zgodnie z ustawą z dnia 29 sierpnia 1997 r. o Ochronie Danych Osobowych (Dz. U. Nr 133 poz. 883). Wiem, że mam pełne prawo do wglądu i zmiany swoich danych, jak też ich usunięcia z bazy.

Wyrażam zgodę na otrzymywanie informacji handlowej drogą elektroniczną od WLR Training Group Sp. z o. o. (zgodnie z ustawą z dnia 18.07.2002 r. Dz. U. Nr 144 poz. 1204 „o świadczeniu usług drogą elektroniczną”). W każdym momencie przysługuje mi prawo do odwołania powyższej zgody. Oświadczam, że znam i akceptuję warunki uczestnictwa i rezygnacji w szkoleniu

### OŚWIADCZENIE VAT ZW

Oświadczamy, że nabyta od WLR Training Group Sp. z o. o. mająca charakter usługi kształcenia zawodowego lub przekwalifikowania zawodowego, jest finansowana ze środków publicznych: (Prosimy zaznaczyć właściwą opcję) :

W CAŁOŚCI ZE ŚRODKÓW PUBLICZNYCH. PODSTAWA PRAWNA: ART. 43 UST. 1 PKT 29 LIT. C USTAWY O PODATKU OD TOWARÓW I USŁUG Z DNIA 11.03.2004 R. (DZ. U. Z 2017 R. POZ. 1221 Z PÓŹNIEJSZYMI ZMIANAMI).

w co najmniej 70% ze środków publicznych. Podstawa prawna: § 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).

Oświadczamy, że akceptujemy warunki uczestnictwa w szkoleniu oraz zobowiązujemy się do zapłaty.

Podpis i pieczęćka