**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ**

**Государственное образовательное учреждение**

**высшего профессионального образования**

**Санкт-Петербургский государственный университет технологии и дизайна**

**СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ИНСТИТУТ ПЕЧАТИ**

**Факультет:** Издательского дела, рекламы и книжной торговли

**Специальность:** 032401 «Реклама»

**Форма обучения:** дневная

**Кафедра:** Рекламы

**Курсовая работа**

**Дисциплина:** деловое общение

**Тема:** правила ведения делового телефонного разговора

Санкт-Петербург

2009 г.

**Содержание**

Введение

Правила разговора, когда звонят вам

Правила разговора, когда звоните вы

Приемы рационализации телефонного общения

Пятнадцать правил ведения телефонных переговоров (или Как обуздать телефон?)

Заключение

Список используемой литературы

**Введение**

Непосредственно переговорить с партнером или клиентом удается далеко не всегда. Поэтому очень часто нам приходится обращаться к телефону. Подсчитано, что деловые люди тратят на телефонные переговоры от 4 до 25 процентов своего рабочего времени. Благодаря телефону повышается оперативность решения огромного количества вопросов, отпадает необходимость посылать письма, телеграммы или ехать в другое учреждение, на предприятие или фирму. Телефонная связь обеспечивает непрерывный двусторонний обмен информацией на любом расстоянии. По телефону проводятся переговоры, отдаются распоряжения, излагаются просьбы, даются консультации, наводятся справки, и часто первым шагом к заключению договора является именно телефонный разговор.

При эффективном использовании телефон становится важнейшим компонентом создания имиджа фирмы. Именно от приема, который будет оказан потенциальному партнеру на другом конце провода, от того, как сложится предварительный разговор, во многом зависит, не станет ли он последним. От умения сотрудников фирмы вести телефонные переговоры в конечном счете зависит ее репутация (как в мире бизнеса, так и среди широких кругов потребителей), а также размах ее деловых операций.

С умением говорить по телефону во многом связан и личный имидж каждого сотрудника фирмы. Ведь при телефонном разговоре ваш собеседник не может оценить ни во что вы одеты, ни выражения вашего лица при тех или иных словах, ни интерьера бюро, где вы сидите, ни других невербальных средств, которые очень помогают судить о характере общения.

Следует также иметь в виду, что неоправданно частое использование телефонной связи ведет к тому, что учащаются ошибки, стоящие для бизнеса довольно дорого. Кроме того, телефон, будучи одним из эффективных средств экономии времени бизнесмена, является и одним из самых распространенных «поглотителей» его рабочего времени. Таким образом, все вышесказанное позволяет заключить, что знание телефонного этикета и рациональных правил ведения телефонных разговоров необходимо каждому цивилизованному человеку.

Существуют неписаные правила делового телефонного общения. Они охватывают как обычный телефонный этикет, так и особенности делового администрирования. Рассмотрим эти правила применительно к двум случаям: во-первых, когда звонят вам, а во-вторых, когда звоните вы.

### Правила ведения делового телефонного разговора, когда звонят вам

### телефонное деловое общение

### Целесообразно снимать трубку при любом звонке Можно, конечно, этого и не делать, если вы способны работать под телефонные трели. Но при этом нужно иметь в виду, что с каждым получасом звонки будут раздаваться все чаще: накапливается число не обслуженных вами абонентов, они вынуждены звонить повторно, в третий и четвертый раз. В конце концов вам придется трудиться под почти непрерывный звон. Кроме того, никогда нельзя знать заранее, какой именно звонок принесет вам выгодный контракт или ценную информацию.

Снимать трубку лучше всего после первого звонка. Если вы сидите в комнате один, у вас достаточно времени, чтобы дописать предложение или дочитать абзац в присланном письме. Вполне допустимо снять трубку после второго или третьего звонка. Если у вас посетитель, вам хватит времени закончить фразу и, сказав собеседнику «Извините», снять трубку.

Связисты не рекомендуют снимать трубку во время звонка по чисто техническим причинам: в некоторых электроцепях возрастает величина тока, что может привести к повреждению.

Иногда в трубке бывает плохая слышимость. Но это не означает, что вам нужно повышать голос. Вывод о том, что если вы плохо слышите собеседника, то и он плохо слышит вас, и, значит, надо говорить громче, является ошибочным. Поэтому в случае плохой слышимости надо не повышать голос самому, а попросить того, кто вам звонит, говорить громче, осведомившись при этом, как он слышит вас.

Самые распространенные варианты первого слова, произносимого в снятую телефонную трубку, — это «да», «алло», «слушаю». Эти слова по своей информативности совершенно одинаковы и безличны и потому никак не характеризуют того, кто их произносит.

Отзывы «да», «алло», «слушаю» можно назвать нейтральными, поскольку они не несут информации о том, кто именно снял трубку и в какой организации или фирме. Поэтому в деловом общении следует отказаться от нейтральных отзывов и заменить их информативными. По внешнему телефону обычно называют не свою фамилию, а фирму, организацию или подразделение. По внутреннему же телефону называют подразделение и фамилию. Таким образом, отвечая на звонок, нужно всегда представляться. Люди хотят знать, с кем они разговаривают. Это, кроме того, создает обстановку доверительности и помогает лучше понять собеседника. Найдите доброжелательную, нравящуюся вам самим форму (как бы вы сами хотели, чтобы вам отвечали).

При частых звонках или при спешке обычно называют фамилию с добавлением слова «слушаю» («Иванов слушает») или указывают только название учреждения или его отдела: «бухгалтерия», «первый отдел».

Во всех вышеназванных случаях абонент должен знать, с кем он говорит или хотя бы куда он попал. Если произошла ошибка при наборе номера, недоразумение сразу же разъяснится и не повлечет за собой потери времени на его выяснение.

Зазвонил телефон. Вы сняли трубку. Опять — в который раз — просят отсутствующего на месте коллегу. Недовольно поморщившись, вы резко отвечаете: «Его нет!» и тут же кладете трубку. Но давайте задумаемся — не сами ли вы ответом провоцируете повторные звонки? Где же выход? Он в вежливом и более подробном ответе на каждый телефонный звонок отсутствующему сотруднику, как бы он вас ни раздражал. Оптимальный ответ в данном случае может быть примерно таким: «Его нет, будет тогда-то. Может быть, ему что-то передать?»

Когда к телефону просят вашего коллегу, сидящего за соседним столом, вы можете ответить на просьбу: «Сейчас» или «Одну минуту», после чего пригласите сослуживца к аппарату.

Сделайте так, чтобы информация, переданная в чье-либо отсутствие, дошла до адресата. Хотя организовать обмен информацией через третьих лиц непросто, это может окупиться сторицей. Для того чтобы выяснить, что вам нужно, задавайте вопросы по анкетному принципу («Откуда вы звоните?», «Ваша фамилия и номер вашего телефона?» и т. п.).

Ниже приводится краткий перечень того, что следует и чего не следует делать, когда в вашей фирме звонит телефон.

|  |  |
| --- | --- |
| НЕ следует:  1. Долго не поднимать трубку.  2. Говорить: «Привет», «Да» и «Говорите», когда начинаете разговор.  3. Спрашивать:  «Могу ли я вам помочь?»  4. Вести две беседы сразу.  5. Оставлять телефон без присмотра хотя бы ненадолго.  6. Использовать для заметок  клочки бумаги и листки календаря.  7. Передавать трубку по многу раз.  8. Говорить: «Все обедают», «Никого нет», «Пожалуйста, перезвоните». | Следует:  1. Поднять трубку до четвертого звонка телефона.  2. Говорить: «Доброе утро (день)», представиться и назвать свой отдел.  3. Спрашивать:  «Чем я могу вам помочь?»  4. Концентрировать внимание на одной беседе и внимательно слушать.  5. Предложить перезвонить, если это требуется для выяснения деталей.  6. Использовать бланки для записи телефонных разговоров.  7. Записать номер звонящего и перезвонить ему.  8. Записать информацию и пообещать клиенту перезвонить ему. |

Этот список можно продолжать бесконечно. Например, нельзя превращать разговор в допрос, задавать вопросы типа *«С кем я разговариваю?»* или *«Что вам нужно?»* Надо следить за своей дикцией. Если вы говорите с акцентом, постарайтесь говорить отчетливо. Избегайте привычки зажимать микрофон рукой, чтобы что-то сказать коллегам — клиент может услышать\*.

Если ваш партнер или клиент высказывает по телефону жалобу, не говорите ему: *«Это не моя ошибка», «Я этим не занимаюсь», «Наши товары никогда не выходят из строя»* и т.д. Если вы так скажете, это может отрицательно сказаться на репутации вашей фирмы и не поможет клиенту в решении его проблем. Поэтому дайте ему выговориться до конца; выразите ему сочувствие, а если виноваты вы, извинитесь; запишите его имя и телефон, номер заказа или другие данные. Если вы обещали ему перезвонить, сделайте это как можно скорее, даже если вам не удалось решить проблему к назначенному сроку.

Запомните: когда проблема окончательно решена, клиент, как правило, чувствует себя вашим должником. А это можно использовать в дальнейшем для деловых контактов и расширения бизнеса.

Существуют *ВЫРАЖЕНИЯ, КОТОРЫХ СЛЕДУЕТ ИЗБЕГАТЬ* при телефонных разговорах, чтобы о вашей фирме не сложилось превратного представления. К ним, в частности, относятся.

1. *«Я не знаю».* Никакой другой ответ не может подорвать доверие к вашей фирме столь быстро и основательно. Прежде всего, ваша работа заключается в том, чтобы знать — именно поэтому вы занимаете свое место. Если же вы не в состоянии дать ответ вашему собеседнику, лучше сказать: «Хороший вопрос... Разрешите, я уточню это для вас».

2. *«Мы не сможем этого сделать».* Если это действительно так, ваш потенциальный клиент обратится к кому-то еще, и весьма вероятно, что его новый разговор сложится более удачно. Вместо отказа «с порога» предложите, например, подождать, прежде чем вы поймете, чем можете оказаться полезным, и попытайтесь найти альтернативное решение. Рекомендуется всегда в первую очередь сосредоточиваться на том, что вы можете сделать, а не на обратном.

3. *«Вы должны...».* Серьезная ошибка. Ваш клиент вам ничего не должен. Формулировка должна быть гораздо мягче: «Для вас имеет смысл...» или «Лучше всего было бы...».

4. *«Подождите секунду, я скоро вернусь».* Задумайтесь, вы хоть раз в жизни успевали управиться со своими делами за секунду? Вряд ли. Скажите вашему собеседнику что-то более похожее на правду: «Для того чтобы найти нужную информацию, мне потребуется две-три минуты. Можете подождать?».

5. *«Нет»,* произнесенное в начале предложения, невольно приводит к тому, что путь к позитивному решению проблемы усложняется. Универсальных рецептов, как избавиться от «отрицательного уклонения», не существует. Каждую фразу, содержащую несогласие с собеседником, следует тщательно обдумывать. Например, для отказа клиенту, требующему денежного возмещения за некачественный товар, подходит объяснение типа: «Мы не в состоянии выплатить вам компенсацию, но готовы заменить вашу покупку».

Как показывает практика, даже при беглом знакомстве с теорией телефонных переговоров значительно улучшается работа служащих и одновременно повышается уровень удовлетворенности собственной работой — с вежливыми людьми приятно разговаривать. Проверить же, как сотрудники вашей фирмы усвоили уроки телефонного этикета, очень просто — достаточно позвонить в офис и представиться клиентом.

Очень ценно для фирмы, когда профессиональный опыт работников сочетается с умением устанавливать человеческие контакты. Если отношения с клиентом хорошие и ему приятно иметь дело с вашей фирмой, можно считать, что сделка совершена.

В фирму звонит большое количество потенциальных клиентов или партнеров, и от манеры ведения беседы во многом зависит, будет ли заключена сделка. Если звонивший, не представившись, сразу начинает с объяснений того, что ему нужно, вежливо поинтересуйтесь его именем, названием и телефоном фирмы и лишь затем продолжайте беседу. Постарайтесь не принимать заказов, не сообщать информацию непредставившимся собеседникам. Вы можете, например, не понять, что говорите с крупным покупателем, который имеет право на скидку, и предложите ему твердую цену без скидок, потеряв таким образом выгодный заказ.

Некоторые покупатели очень точно определяют свои требования: тип, цвет, условия поставки товара и т.д. Другим необходимо в этом смысле помочь. Очень часто приходится «вытягивать» из клиента дополнительную информацию. Для этого используйте вопросы, начинающиеся с «что», «когда», «где», «кто», «как», но избегайте *«почему»,* так как оно содержит оттенок недоверия.

Уяснив требования клиента, вы начинаете убеждать его в преимуществах вашего изделия. Если клиент позвонил специально, чтобы сделать заказ, ваши аргументы должны быть нацелены на увеличение объема закупки, расширение ассортимента товара или сбыта сопутствующих изделий. Если клиент интересуется лишь предварительной информацией, ваша задача — убедить его начать дело с пробной закупки.

Часто при общении с собеседником мы отдаем предпочтение разговору по телефону. Это не вполне логично. Почему тот, кто позвонил вам по телефону, вправе перебить вашу беседу? Ведь он обратился к вам позднее, чем тот, кто рядом с вами и с кем вы вели беседу. Пришедший вынужден сидеть и ждать, слушая телефонный диалог, а затем восстанавливать оборванные нити прерванного разговора, а иногда повторно напоминать, о чем шла речь до этого. Вот почему, если разговор с сидящим у вас человеком заканчивается, нужно попросить телефонного собеседника подождать, не вешая трубку. Если вы чувствуете, что разговор продлится еще 10-15 минут и он достаточно серьезен, нужно попросить еще раз позвонить через четверть часа, когда вы освободитесь.

В отдельных случаях при телефонном общении используются телефонограммы. Телефонограмма, как правило, содержит информацию, по объему не превышающую 50 слов. Если разговор по телефону — это диалог, не ограниченный по времени, то телефонограмма — это письменная фиксация монолога, регламентированная по времени.

Обязательными реквизитами телефонограмм являются наименование учреждения (фирмы) адресанта и адресата, реквизиты «от кого» и «кому» с указанием должности, фамилии, имени и отчества должностных лиц, номера, даты и времени передачи и приема телефонограммы, фамилии передавшего и принявшего телефонограмму, номеров телефона, текст и подпись.

Телефонограмма должна иметь заголовок. Он составляется как для служебного письма, т. е. должен начинаться с существительного в предложном падеже с предлогом «о» или «об», например: «Об изменении времени заседания редколлегии», «О прибытии участников семинара».

Телефонограммы пишутся телеграфным стилем, т. е. кратко, ясно, точно, однозначно, простыми предложениями. Допускается двухсоставная композиция телефонограммы: в первой части констатируются факты, побудившие дать телефонограмму, во второй — предпринимаемые действия. Как правило, текст телефонограммы излагается от первого лица (например: «Напоминаем...», «Сообщаем...», «Попрошу выслать...»).

Чтобы упорядочить фиксацию передаваемых и принимаемых телефонограмм и устранить возможную неполноту и неточность их передачи и записи из-за небрежности исполнителей, рекомендуется иметь под рукой чистые бланки примерно такой формы:

###### ТЕЛЕФОНОГРАММА

Адресант Адресат

Наименование Наименование

№... дата... №... дата...

Время передачи Время приёма

... час... мин. ...час... мин.

Передал(а) Принял(а)

Заголовок телефонограммы

(Подпись)

### Правила ведения делового телефонного разговора, когда звоните вы

Когда вам пришла в голову мысль позвонить, не хватайтесь сразу за телефонную трубку. Перед каждым звонком желательно ответить себе на три вопроса:

1) имеется ли однозначная потребность звонить?

2) обязательно ли знать ответ партнера?

3) нельзя ли поговорить с партнером при личной встрече?

Набирая номер абонента, прежде всего следует уяснить себе, с какой целью вы собираетесь звонить:

1) хочу ли я просто поддержать контакт и обменяться мнением с коллегой?

2) хочу ли я кое-что вспомнить или установить новую связь?

3) хочу ли я получить информацию или передать ее?

4) хочу ли я поделиться идеей и попросить ее оценить?

5) хочу ли я убедить партнера в своих намерениях и поближе познакомить со своими проектами?

Перед тем как позвонить в другой город или солидным партнерам полезно набросать на листке бумаги основные пункты предстоящего разговора, чтобы в волнении или в спешке не упустить отдельные важные моменты.

Если же дело несрочное, возникает альтернатива — либо звонить сразу, либо определить наилучшее время для звонка и отложить телефонный разговор до этого момента.

Оптимальное время для телефонного звонка выбирается по трем признакам, вместе взятым: а) когда, по вашему предположению, ваш звонок будет удобнее для абонента; б) когда к нему проще дозвониться; в) когда вам будет удобнее позвонить. Но при этом полезно иметь в виду, что надо стараться не отвлекать людей звонками в первой половине рабочего дня, когда они, сосредоточившись, могут с наибольшим успехом решать свои задачи. Не следует сбивать их с рабочего ритма.

Наиболее благоприятное для телефонных звонков время — с 8.00 до 9.30, с 13.30 до 14.00, после 16.30. В другие часы длительность решения вопроса по телефону почти удваивается. Кроме того, ваш партнер может немедленно взять трубку примерно в 50% случаев. Но позвонить предварительно, только для того, чтобы условиться о времени предстоящих переговоров, допустимо и в первой половине рабочего дня. Предупреждать о своем звонке желательно заблаговременно. Ваш партнер будет ждать вашего звонка, если вы точно укажете час. Этим вы сэкономите его и свое время и ускорите решение проблемы.

Набирать номер следует тщательно, без спешки. Не ведите пальцем диск при обратном (рабочем) ходе — можно нарушить заданную скорость вращения диска, и получится сбой или неправильное соединение. Не следует действовать с максимально доступной вам скоростью. Дело в том, что скорость подключения искателей на АТС может отставать от вашего темпа, и вы опять-таки не пробьетесь к абоненту.

Коэффициент загрузки на линиях телефонной связи в нашей стране выше, чем нам хотелось бы. Поэтому короткие гудки при попытке дозвониться мы слышим едва ли не чаще, чем длинные. У телефонных линий есть свои «часы пик», когда гудки «занято» могут появиться не после, а во время набора номера, после шестой, пятой, четвертой, а иногда и первой цифры. Поэтому уметь звонить — это понятие, включающее не только умение набрать номер и вести разговор, но и умение «пробиться» по телефону к нужному абоненту.

Самый простой способ дозвониться — это набирать нужный номер непрерывно раз за разом, по возможности без пауз. Ничего лучше этого способа предложить нельзя, если вы пытаетесь решить по телефону дело, которое является для вас очень важным.

Получила распространение «народная мудрость»: перед набором последней цифры рекомендуется сделать длительную выдержку. Предполагается, что во время этой выдержки предыдущий разговор завершится, а никто другой пробиться по этому номеру не может, поскольку вы держите телефонную линию занятой (что неверно). Есть даже и такой вариант — не просто делать выдержку перед набором последней цифры, а набрать эту цифру и долго держать диск. Подобные «хитрости» лишены всякого смысла: они не дают ничего, кроме загрузки телефонных сетей.

В тех случаях, когда дело, по которому вы звоните, может некоторое время подождать, целесообразно использовать способ регулярных наборов. В начале рабочего дня вы на листочке бумаги записываете фамилии и номера телефонов всех лиц, с которыми надо сегодня связаться. Затем начинаете звонить по списку. Если очередной номер занят или не отвечает, переходите к набору следующего. «Прозвонив» весь список один раз, вы не возвращаетесь к тем номерам, которые были заняты, а переходите к выполнению другой работы. Гигиена умственного труда требует короткого отдыха после каждого часа работы. Поэтому примерно через час вновь возьмитесь за список и пройдитесь по нему сверху донизу. В результате еще несколько фамилий окажутся вычеркнутыми. Так, с интервалом в час-полтора вы устраиваете «телефонные» паузы в своей основной работе и, давая голове некоторую разгрузку, одновременно решаете исподволь нелегкую задачу дозвониться.

В последнее время появились телефонные аппараты с функцией автоматического «дозвона» до абонента, что позволяет частично снять эту проблему.

Когда вас соединят, не следует уточнять, кто у телефона. Надо назвать свою фамилию и поздороваться, прежде чем начать непосредственный разговор, даже если вы рассчитываете, что вас узнают по голосу. Если вы звоните в фирму после долгого перерыва, желательно после фамилии назвать свои имя и отчество, чтобы не поставить того, кому вы звоните, в неловкое положение, заставив его мучительно вспоминать, как вас зовут, или спешно листать записную книжку, пытаясь отыскать вашу фамилию. Даже если вы звоните человеку, который вас знает, не следует рассчитывать на то, что каждый ваш знакомый хорошо помнит, как вас зовут. Разговор обычно начинается словами: «Вам звонит...», «К вам обращается...», «Вас беспокоит...» и т. п.

Когда взявший трубку не назвал ни себя, ни свое учреждение, тогда начало разговора можно построить по такой схеме: «Это фирма «Кристалл?» ...Это Васильев (после получения утвердительного ответа). Здравствуйте (после ответа: «Здравствуйте») ...попросите Сабитова».

Если вас спросят, откуда вы, отвечайте четко. На вопрос о предмете вашего разговора постарайтесь только обозначить примерную тему. Избегайте обсуждения своего дела и не заводите разговора по существу, как бы вежливо с вами ни разговаривали, какую бы помощь вам ни обещали. Разговаривайте только с тем, кто принимает решения.

Очень важно начать разговор без напряжения. Для этого необходимо связывать каждый последующий вопрос с предыдущим, как при обычной беседе. Из ответов нужно быстро выделить информацию о потребностях клиента. Даже если он говорит, что уже договорился с другой фирмой, ему все равно требуются какие-то услуги. Если вы можете их предоставить, у вас есть шанс сделать предложение.

Здесь вы должны перейти к следующему этапу беседы — убеждению. Расскажите о своей фирме и ее услугах. Надо убедить клиента в том, что вы выполните услуги в строгом соответствии с требованиями. Расскажите о выгодах от работы с вами.

По окончании деловой части разговора не пускайтесь с чувством облегчения в обсуждение политических или бытовых новостей, даже если у вас есть минутка свободного времени и соответствующее настроение. Сначала справьтесь, расположен ли вести подобный разговор ваш собеседник, может быть, у него как раз нет для этого ни времени, ни желания.

Во время разговора говорите прямо в трубку, произносите слова четко, выясните, с тем ли человеком вы говорили, который вам нужен. Желательно спросить у собеседника на другом конце провода, есть ли у него время для разговора или лучше перезвонить попозже.

При разговоре по телефону, следует иметь в виду, что вы лишаетесь одного из важнейших средств передачи информации — мимики и жестов, зато усиливается значение таких элементов невербальной речи, как момент, выбранный для паузы и ее продолжительность, молчание, усиление или ослабление шумового фона, интонация, выражающая согласие или несогласие. Поэтому обращайте внимание не только на то, что говорит собеседник, но и на то, как он это говорит, чтобы понять, в каком настроении он находится. Так, очень много значит, как быстро он снимает трубку. Это позволяет более или менее точно судить о том, насколько он занят, как близко от него стоит аппарат, до какой степени заинтересован, чтобы ему позвонили.

Разговаривая с собеседником, внимательно слушайте и не прерывайте его. Не возражайте «в лоб», если желаете добиться благоприятного исхода беседы. Говорите спокойным голосом и постарайтесь придать ему приятную интонацию. Чаще улыбайтесь, собеседник этого не видит, но чувствует. Избегайте монотонности, меняйте темп и интонацию разговора. Не говорите слишком быстро или медленно, попробуйте «подстроиться» под темп собеседника. Если он не понимает, не раздражайтесь и не повторяйте свою мысль теми же словами, найдите новые.

По личному телефону люди часто говорят очень долго. Деловой разговор требует краткости, поскольку от длительных разговоров по служебному телефону обычно страдают интересы дела. Поэтому по служебному телефону надо говорить, не отнимая много времени у себя и вашего собеседника. Обычная норма продолжительности такого разговора — 3 минуты. Опыт людей с высокой культурой телефонного общения говорит, что 20 секунд хватает на установление контакта, 40 секунд вполне достаточно, чтобы сформулировать проблему. За 100 секунд эту проблему можно серьезно обсудить. Поблагодарить собеседника и корректно выйти из разговора возможно за 20 секунд. Итого 180 секунд, или ровно 3 минуты. Естественно, такая экономия возможна, если инициатор разговора предварительно подумает, о чем он будет говорить. Очень полезно на листе бумаги предварительно наметить, какие вопросы будут поставлены на обсуждение, какие аргументы будут привлечены, какие предложения целесообразны.

При длительном телефонном разговоре может возникнуть напряжение в общении. Чтобы вовремя заметить, когда начинает возникать пресыщение беседой, нужно знать, какие признаки его характеризуют. К таким признакам относятся возникновение и усиление беспричинного недовольства партнером, обидчивость и раздражительность. Проявление этих признаков зависит от характера собеседника, его настроения и других факторов. Поэтому нельзя согласиться с утверждением некоторых специалистов по деловому общению, что телефонный разговор не должен длиться более десяти минут. Здесь однозначного совета дать нельзя.

Для одного собеседника, находящегося в спокойной обстановке, это время может составлять не один десяток минут. Другой собеседник, чем-либо взволнованный или отвлеченный звонком от важного дела, почувствует нарастание раздражения уже через одну-две минуты. Поэтому, если вы заметите признаки раздражения у себя или своего партнера, надо поскорее заканчивать разговор. Следует постоянно помнить, что деловой разговор по телефону — это не подробный обмен мнениями, а обмен информацией оперативного значения с целью достижения определенного результата, а также выяснение позиции другой стороны по конкретному вопросу. Искусство ведения телефонного делового разговора заключается в том, чтобы в минимально возможный срок сообщить все, что нужно, и получить необходимую информацию.

Многие телефонные разговоры часто длятся очень долго потому, что оба партнера имеют трудности с их завершением. Когда приходит время заканчивать разговор и прощаться, следуют правилу: кто первый начал разговор, т. е. кто позвонил, тот и должен его заканчивать.

Лицу, которому позвонили, не следует проявлять нетерпение и всячески «закруглять» разговор. Это дурной тон. Вы начинаете прощаться, а человек, говорящий с вами, возможно, еще не все узнал или не все понял.

После разговора следует уяснить, все ли нужное было сказано, и не стоит ли кому-либо передать полученные сведения. Желательно точно записать итог разговора, а также то, что вы обещали сделать.

Не забудьте еще раз поблагодарить собеседника, если он поздравил вас с чем-то или сообщил приятные сведения. Если считаете нужным, заверьте собеседника, что вы всегда рады его звонку и личной встрече, или просто попрощайтесь и пожелайте всего хорошего.

### Приемы рационализации телефонного общения

Телефонный звонок нередко напоминает непрошеного гостя, который приходит без предварительного приглашения. Такое посещение доставляет массу неудобств, но и попросить его уйти тоже не всегда прилично. Большинство людей позволяют втянуть себя в разговор только потому, что им позвонили. Уже на полпути из помещения они возвращаются на свое рабочее место, заслышав звонок телефона. В силу каких-то необъяснимых причин они чувствуют себя обязанными говорить по телефону даже с совершенно незнакомыми людьми. На улице вы вряд ли станете говорить с незнакомым человеком. Однако с помощью телефона любой незнакомец может проникнуть в ваш офис или квартиру, без зазрения совести и соблюдения правил приличия вторгнуться в сферу вашей деятельности или отдыха.

Если вы чувствуете, что звонок зондирующий или враждебный, что он непременно выльется в противоборство, немедленно решайте, что делать. У вас есть две возможности. Первая — вступить с собеседником в разговор и сразу взять «быка за рога». Вторая — уклониться от разговора.

В первом случае вы должны быть уверены в своей хорошей подготовленности. Если вы ждали звонка, если заранее готовились — смелее в бой... Но если звонок был полной неожиданностью, если вы не готовы к разговору, он станет для вас ловушкой — ведь тот, кто звонит, выбрал подходящее для него время. Он подготовлен и во всеоружии вступает в конфронтацию. Прежде чем позвонить, он психологически настроился на разговор.

А для вас — это внезапное вторжение в ваш мир, это вероломная атака. Вы не готовы к разговору. Преимущество явно на его стороне.

Что делать? Надо отказаться от разговора. Вы с полным правом можете сказать, что сейчас это невозможно или неудобно для вас.

Вы имеете такое же право выбирать время разговора, как и ваш собеседник. Если он пытается настаивать на немедленном решении спорного вопроса, скажите вежливо: «Извините, но я действительно не могу сейчас говорить». После этого положите трубку, предварительно условившись о времени, удобном для вас и для него.

В интересах каждого делового человека воспрепятствовать тому, чтобы телефонные звонки нарушали ритм его работы. Чтобы рационализировать пользование телефоном, весьма полезно применять приём отгораживания от неожиданных телефонных звонков.

Каждый, кто вам звонит, убежден в важности своего намерения, и отказ от разговора по телефону относится (наряду с отказом принять уже пришедших посетителей) к числу сложнейших проблем делового общения. И вряд ли можно предугадать, к каким последствиям это может привести. Следовательно, будет лучше, если вы заранее обезопасите себя от ненужных звонков или отодвинете их на другое, более удобное для вас время. Немецкий специалист по современному менеджменту Л. Зайверт по этому поводу рекомендует следующее.

Сообщите своим абонентам время, когда вам лучше всего звонить и когда звонить не следует.

Обговорите также по возможности время для ежедневных активных (исходящих от вас) телефонных разговоров, тогда можно будет их сгруппировать и соответственно обрабатывать.

Старайтесь сделать так, чтобы все входящие телефонные звонки шли через вашего секретаря, который может принимать их, сортировать и в соответствии с приоритетностью переключать на вас. Анализ показывает, что целый ряд телефонных звонков попадает по неправильному адресу и нуждается в переадресовке; другие сотрудники или службы на предприятии могут быстрее дать желаемые сведения.

Секретарь должен обязательно спрашивать о цели звонка, чтобы определить степень срочности и важности разговора. Каждый действительно деловой партнер отнесется к этому с пониманием.

Вручите своему секретарю бланк с критериями, согласно которым входящие разговоры должны быть отклонены, перенесены (повторный звонок) или их следует «пропустить» к вам.

Отгораживание от ненужных звонков можно осуществлять с помощью телефонного автоответчика. Правда, у многих людей есть эмоциональное предубеждение против автоответчика, он является все же средством «второго сорта», поскольку «глушатся» все телефонные звонки без разбора. Однако его преимущество по сравнению с полным отключением телефона состоит в том, что вы после завершения всех дел можете прослушать сообщения абонента и перезвонить.

В исключительных случаях, когда прорываются важные звонки, или в течение ваших телефонных «часов приема» вы должны сразу *же,* в начале разговора выяснить следующие пункты, которые облегчат вам рациональное ведение телефонных переговоров:

1. Кто именно ваш абонент?

2. О чем идет речь (какое дело у абонента)?

3. Насколько важно (или срочно) дело, по которому вам звонят?

4. Когда вы сможете перезвонить (после того, как соберете необходимые сведения)?

5. По какому номеру вы можете дозвониться до своего партнера (при первом контакте: номер телефона или телефакса, точное написание фамилии)?

Другая возможность решить вопрос незамедлительно состоит в том, что секретарь просит звонящего немного подождать, говоря при этом: «Я посмотрю, могу ли я его прервать». Он получает у своего шефа краткий ответ, которого часто бывает достаточно абоненту. При таком способе менеджер почти не отрывается от дел (не требуется слов приветствия и прощания, долгих разговоров), и в то же время это соответствует важности и срочности звонка.

Если у вас нет секретаря или автоответчика, вы сможете защититься от ненужных звонков с помощью таких кратких фраз, как: «Я перезвоню вам позже» или «Пожалуйста, перезвоните мне в 15 часов».

Третьим методом эффективной и рациональной обработки телефонных переговоров является обратный (ответный) звонок.

Система обратных телефонных звонков существенно сокращает число ежедневных перерывов в работе и предоставляет значительные возможности для рационализации и экономии рабочего времени.

Метод обратного звонка, кроме того, дает вашему секретарю возможность подготовить необходимые для разговора материалы, в результате чего сокращается общее время телефонного разговора. Если абонент назвал цель звонка, то вы выигрываете время, обдумав в промежутке свой ответ.

Исходящими звонками легче манипулировать, чем входящими. Самый рациональный метод — сводить исходные звонки в так называемые телефонные блоки.

Выберите два временных промежутка, например, ближе к полудню или к вечеру, когда вы сможете «отработать» свои телефонные разговоры все вместе или сериями, предварительно подготовившись к ним.

Преимущества такого «серийного производства» перед многочисленными разрозненными звонками состоят в том, что вам надо лишь единожды подготовиться и вы можете разом выполнить однородную работу. Используйте этот метод и убедитесь в том, какие в нем скрываются возможности рационализации, но следите за тем, чтобы ваши телефонные блоки были не слишком продолжительными (примерно 30 минут), так как иначе ваш телефон будет постоянно занят и звонящие к вам потеряют терпение.

Таким образом вы будете вести не бессистемные разговоры «между прочим», а целенаправленные, планомерные и потому более эффективные. Ваша концентрация будет существенно выше, и вам не будут мешать входящие звонки (поскольку вы заблокируете свою линию). Если вы заранее определите цель разговора, вы сразу сможете начать обсуждение важных вещей. Вы не потратите время на поспешный поиск во время разговора необходимых документов, поскольку все уже заранее приведено в порядок.

В заключение попытайтесь проверить, насколько хорошо вы усвоили наши рекомендации по ведению телефонного разговора. Для этого попробуйте ответить на следующие вопросы.

— Убеждены ли вы в том, что всегда снимаете трубку после первой же «трели» звонка (или ждете, когда телефон прозвонит по крайней мере еще раз)?

— Стараетесь ли говорить четко, разборчиво и не слишком быстро?

— Держите ли телефонную трубку так, чтобы расстояние до микрофона и его положение были оптимальными?

— Курите ли вы во время телефонного разговора или откладываете сигарету в сторону?

— Занимаетесь ли чем-либо посторонним во время телефонного разговора?

— Следите ли за тем, чтобы во время телефонного разговора в комнате была тишина?

— Всегда ли во время телефонного разговора у вас под рукой есть «чем и на чем записать»?

— Всегда ли у вас хватает терпения внимательно выслушать собеседника?

— Всегда ли вы приветствуете того, кто снял трубку?

— Не теряете ли вы самообладание во время неприятных для вас телефонных звонков?

*—* Готовитесь ли вы заранее к важным телефонным звонкам?

— Всегда ли у вас оказываются под рукой нужные для делового телефонного разговора материалы?

— Привычно ли для вас диктовать во время телефонного разговора трудные для восприятия слова по буквам?

— Имеете ли вы привычку просить передать что-либо, если человека, которому вы позвонили, не оказалось на месте?

— Избегаете ли вы звонить в неудобное время?

— Способны ли вы во время телефонного разговора затратить на обсуждение вопроса минимум слов и времени и при этом не показаться нетактичным?

Ответы на эти вопросы помогут вам сделать правильные выводы, после чего эффективность ваших телефонных переговоров, несомненно, возрастет. И не упускайте из виду то обстоятельство, что телефонный разговор — это в немалой степени ваша визитная карточка. Поэтому в большинстве случаев, когда вам необходимо что-либо обсудить по телефону, следует в первую очередь постараться создать выгодную для разговора атмосферу: подчеркнуть точки соприкосновения интересов, упомянуть общих партнеров, знакомых или друзей, не забыть подтвердить собеседнику свои обязательства, в заключение поблагодарить его за разговор и т. д. Помните, что телефонный разговор — это прежде всего ваше личное дело, даже тогда, когда речь в нем идет не только о приватных вещах.

**15 правил ведения телефонных переговоров (или Как обуздать телефон?)**

Общение по телефону - это разговор двух слепых, которые по голосу выстраивают у себя в голове образ собеседника. Представьте себе ситуацию: рекламный агент, закурив сигарету, и выпуская дым изо рта, прорываясь сквозь шум в комнате, звонит директору компании.«Алло…, алло, вы меня слышите? Мы как-то договаривались, что я позвоню вам по поводу размещения рекламы на нашем телевизионном канале. Не помните? Вы еще опаздывали на совещание. Это было в прошлом месяце. Вспомнили? Хорошо. Я сейчас располагаю некоторым временем, и мог бы с вами обсудить все технические моменты: сценарий ролика, сроки, форму оплаты. Вы сейчас опять заняты? Я непременно позвоню вам позже»Вот замечательный образец того, как не надо вести телефонные переговоры. Вроде бы внешне деловая форма, но: Кто звонит? Кому звонит? Есть ли возможность у того, кто на другой стороне провода, в данный момент разговаривать по телефону? А вдруг вы вытащили человека из-под душа? Как вы думаете, какой будет реакция директора на такой звонок. Скорее всего, это будет не только пустой звонок, но и вредный для дела.

А как надо? С чего начать? Главное в начале разговора - это создать доверительные отношения с клиентом, а затем провести беседу в соответствии с той целью, ради которой вы звоните.

**Для этого можно предложить 9 простых правил общения по телефону:**

**Правило 1. ПЛАНИРУЙТЕ ПЕРЕГОВОРЫ**.

Перед началом разговора хорошо продумайте:

удобное время для звонка и его длительность;

четко определите цель своего звонка;

составьте план ведения разговора.

Продумайте ответы на следующие вопросы:

Что вы собираетесь рассказать о себе и компании, в которой работаете?

Какие вопросы вы собираетесь задать собеседнику, чтобы выяснить его потребности и создать необходимую мотивацию для дальнейшей встречи?

Какие могут быть возражения, и ваши возможные ответы?

Как вы собираетесь завершить разговор и договориться о встрече?

**Правило 2. СНИМАЙТЕ ТРУБКУ НА 3-ИЙ СИГНАЛ (в том случае, если вам звонят).**

Телефонный бизнес-этикет нормирует общение с клиентом. По соблюдению бизнес-этикета клиент судит о корпоративной культуре компании. Поднимайте трубку на 3-ий звонок: на первый звонок – отложите дела, на второй – настройтесь, на третий – улыбнитесь и снимите трубку. Если трубку вы не берете слишком долго, это свидетельствует о низкой корпоративной культуре компании. Не суетесь. Очень многие моментально хватают трубку. Любому человеку требуется хотя бы пора секунд, чтобы сконцентрироваться и настроиться на разговор.

**Правило 3. РАЗГОВАРИВАЯ ПО ТЕЛЕФОНУ, ОБЯЗАТЕЛЬНО УЛЫБАЙТЕСЬ**

Помните, когда вы улыбаетесь, ваш голос становится более приятным. Так что, улыбайтесь чаще. Некоторые телефонные профи размещают зеркало напротив, чтобы видеть выражение своего лица, пока они говорят. Все это позволяет контролировать наличие улыбки на лице.

**Правило 4. ПРИВЕТСТВУЙТЕ СОБЕСЕДНИКА**

Приветствуйте собеседника максимально доброжелательно и энергично. Придумайте несколько способов как можно поздороваться. Пусть у вас будут различные варианты, для людей разного пола и возраста. Разговор с клиентом лучше начинать со слов «Добрый день (утро, вечер)». Они более живые и располагающие, чем просто «здравствуйте». Помните, что на том конце провода кто-то тоже хочет, чтобы его уважали, понимали и, может быть, в этот момент помогли ему…

**Правило 5. ВАШ ГОЛОС – ВАША ВИЗИТНАЯ КАРТОЧКА**

По содержанию первых слов и по звучанию голоса клиент определяет ваш профессионализм, выбирает стиль общения с вами. Ваш голос – это одежда, цвет волос, темперамент и выражение лица. Помните, что при телефонном разговоре вы не сможете сопроводить слова мимикой и жестами. Здесь прежде всего важно звучание вашего голоса, умение грамотно выражать свои мысли и, конечно, как непременное условие, уважение к собеседнику.

**Правило 6. НАЗОВИТЕ СЕБЯ ПО ИМЕНИ**

Четко назовите свое имя и фамилию. Затем назовите компанию, которую вы представляете. («Меня зовут … Компания «Три кита»). Вот варианты, которые можно назвать крайне вредными и неудачными: «Угадай, кто тебе звонит», «Неужели ты не узнаешь меня?». Эти вопросы создают психологический дискомфорт у другого человека. Поставьте себя на место клиента, и вы почувствуете раздражение. Не удивляйтесь, если клиент будет сопротивляться вашим предложениям после такого приветствия. К неудачной задумке можно отнести оборот «Вас беспокоит…». После этой фразы человек на другом конце провода начинает беспокоиться. Попробуйте не думать о хромой обезьяне. Разве это возможно? Частица «не» стирается, и воспринимается вторая часть фразы. Вы же становитесь еще и виновником этого «беспокойства».

**Правило 7. УЗНАЙТЕ ИМЯ СОБЕСЕДНИКА**

Для этого используйте фразу «Меня зовут… Простите, а как я могу к Вам обращаться». Но не стоит торопиться с узнаванием имени клиента. Лучше это делать после того, как покупатель адаптируется к обстановке. В дальнейшем при общении периодически называйте клиента по имени. Произносить имя – означает проявлять уважение к человеку. Не следует произносить его скороговоркой, лучше с чувством и в том же темпе, в каком идет разговор. Если у клиента необычное или интересное имя, прокомментируйте его с уклоном в хорошую сторону (Скажите человеку, что у него интересное имя, большинству это понравится).

Следующие варианты можно назвать неудачными: «С кем я говорю?», «Это кто?», «Кто у аппарата?». И не пытайтесь заниматься угадыванием: «Это Ира? Нет? Татьяна Львовна? Нет? А кто тогда?». Или еще хуже: «А куда я попал?». На что существует стандартный ответ, сказанный раздраженным голосом: «А куда вы звоните?». Вы можете придумать много разных вариантов, типа «Я могу поговорить с Александром Сергеевичем?».

Если вы забыли имя того, с кем в прошлый раз говорили, лучше спросите «Не могли бы вы напомнить мне ваше имя?»

**Правило 8. ВЫЯСНИТЕ: МОГУТ ЛИ С ВАМИ ГОВОРИТЬ**

Это очень важно! Возможно, что именно в этот момент ваш клиент занят ответственным и важным для него делом. Или ваш разговор в данный момент неуместен по какой-то другой причине. Используйте фразу «Вам (а лучше назвать собеседника по имени) удобно сейчас разговаривать?». Помните, нарушив это правило, вы можете потерять клиента навсегда. Ваша сделка не состоялась. Звоните в нужное время нужным клиентам и с нужными предложениями. Деловые звонки лучше делать в начале или в конце рабочего дня.

**Правило 9. СОЗДАЙТЕ ГОЛОСОВОЕ СООТВЕТСТВИЕ**

Первые фразы говорите медленно, спокойно и внятно, не выливайте на собеседника водопад информации – дайте ему время настроиться на разговор. Выделяйте голосом особо значимые слова, меняйте интонацию. Употребляйте короткие сообщения: т.е. одно предложение - одна мысль. Ваш голос по возможности должен быть глубоким и «бархатным», однако соблюдайте меру, не переигрывайте. Вы можете так же подстраиваться под громкость, ритм, и темп речи клиента. Собеседнику это соответствие будет приятно. Звучание вашего голоса определяется позой, лицевой экспрессией, осанкой. Настройтесь на разговор – буквально и фигурально. Речь – это непросто шевеление губ и языка. В работе органов участвуют легкие, диафрагма, гортань, голосовые связки, рот, язык и губы. Разумеется, сигарета во рту, жвачка, леденец, кофе во время разговора, шум в комнате, музыка - разрушают раппорт телефонных переговоров.

**Правило 10. СЛЕДУЙТЕ ПЛАНУ**

У вас есть цель разговора и подготовленный план. Не пытайтесь решить сразу все проблемы по телефону. Особенно избегайте разговоров о цене на свою продукцию, денежные вопросы лучше всего решать при встрече. Подготовьте необходимые материалы, ручку, чистый лист бумаги. Говорите конкретно, и о главном. Внимательно слушайте собеседника. Задавайте клиенту вопросы, направляя разговор в нужную вам сторону. Помните, ваша главная цель - договориться о встрече, когда вы сможете обговорить детали и подписать контракт. Для этого вы должны создать хорошую мотивацию у клиента.

**Правило 11. ИСПОЛЬЗУЙТЕ ТЕХНИКИ АКТИВНОГО СЛУШАНИЯ**

Они демонстрируют вашу заинтересованность и вовлеченность. «Так…», «Понятно…» и др. Контролируйте время разговора. Не позволяйте клиенту уходить в сторону. Отвечайте на большинство вопросов вопросами и подводите собеседника к встрече.

**Правило 12. ДОГОВОРИТЕСЬ О ВСТРЕЧЕ**

Договариваясь о встречи, убедитесь, что ваш собеседник правильно понял вас, и записал день и час встречи. Переспросите собеседника, удобно ли вам ему перезвонить накануне, чтобы убедиться, что встреча состоится? Все эти мероприятия полезны, чтобы ваш клиент мог спланировать свое время и достойно подготовится к встрече. Приглашая собеседника к себе в офис, называйте точный адрес и подробно рассказывайте, как до вас можно проехать. Используйте стандартную фразу: «У Вас есть под рукой карандаш, пожалуйста, запишите как Вам удобнее будет до нас добраться »

**Правило 13. ПОБЛАГОДАРИТЕ СОБЕСЕДНИКА ЗА ЗВОНОК**

Клиенты склонны эмоционально запоминать то, что было в начале разговора, и принимать как руководство к действию то, что было в конце. В конце разговора максимально доброжелательно попрощайтесь с собеседником. «Если у Вас возникнут какие-либо вопросы, звоните, будем рады Вам помочь». «Подъезжайте, в любое удобное для Вас время, будем рады Вам помочь», «Всего доброго», «Было очень полезно получить от вас эту информацию». Поблагодарите за уделенное внимание, интерес к вашей фирме, пожелайте приятно провести остаток дня или предстоящие выходные. Не забывайте, что заканчивает разговор позвонивший. Помните, что разговором вы закладываете фундамент вашей личной встречи, поэтому доброжелательность превыше всего.

**Правило 14. ЗАПИШИТЕ РЕЗУЛЬТАТЫ**

Запишите общее отношение клиента к информации, что вы ему сообщили, договоренность о месте, дате и времени встречи или звонка, кто кому должен позвонить, и ключевые моменты, прозвучавшие в разговоре.

**Правило 15. ИЗВЛЕКАЙТЕ УРОКИ ИЗ КАЖДОГО ТЕЛЕФОННОГО РАЗГОВОРА**

**Заключение**

От умения сотрудников фирмы вести телефонные разговоры во многом зависит ее репутация (как в мире бизнеса, так и среди широких кругов потребителей), а также размах ее деловых операций. От умения говорить по телефону зависит и привлекательность личного имиджа каждого ее сотрудника. Все это позволяет утверждать, что обладание культурой телефонного общения необходимо каждому цивилизованному бизнесмену. Если раздался телефонный звонок, снимать трубку лучше всего после первого звонка. Отзывы «да», «алло», «слушаю» в деловом телефонном разговоре не применяются. По внешнему телефону обычно называют не свою фамилию, а фирму, организацию или ее подразделение. По внутреннему телефону называют только подразделение и фамилию сотрудника, снявшего трубку. Таким образом, отвечая на звонок, нужно всегда представляться. Когда вам пришла в голову мысль позвонить, не хватайтесь за трубку, а прежде всего уясните цель своего звонка, и постарайтесь выбрать для него наиболее оптимальное время (с 8.00 до 9.30, с 13.30 до 14.00, после 16.30). Перед тем как позвонить солидному партнеру, полезно набросать на бумаге основные пункты предстоящего разговора, чтобы в волнении или спешке не упустить отдельные важные моменты. Когда вас соединят, не следует уточнять, кто у телефона. Надо поздороваться и назвать свою фамилию, даже если вы рассчитываете, что вас узнают по голосу. Если же вы звоните в фирму после долгого перерыва, желательно после фамилии назвать свои имя и отчество, чтобы не поставить того, кому вы звоните, в неловкое положение, заставив его мучительно вспоминать, как вас зовут. По личному телефону люди часто говорят очень долго. Телефонный деловой разговор требует краткости, поскольку от длительных разговоров по служебному телефону обычно страдают интересы дела. Поэтому по служебному телефону надо говорить кратко. Норма — три минуты на разговор — взята не с потолка. Опыт людей с высокой культурой телефонного общения говорит, что 20 секунд хватает на установление контакта, 40 секунд вполне достаточно, чтобы сформулировать проблему. За 100 секунд можно серьезно обсудить проблему. Поблагодарить собеседника и корректно выйти из разговора возможно еще за 20 секунд. Итого 180 секунд, или 3 минуты. При разговоре по телефону следует иметь в виду, что вы лишаетесь одного из важнейших средств передачи информации — мимики и жестов, зато усиливается значение таких элементов невербальной речи, как момент, выбранный для паузы, интонация, усиление или ослабление силы голоса. Когда приходит время заканчивать разговор и прощаться, следуют правилу: кто первый начал разговор (т.е. кто позвонил), тот и должен его заканчивать. Основа успешного бизнеса — его культура, составной частью которой является культура делового разговора во всех его формах. Культурой делового разговора должен обладать каждый работающий, будь то врач, ученый, педагог или государственный деятель. Эта культура универсальна и потому обязательна для всех, кто связан отношениями дела. Она не только разумная основа делового общения, но и надежный шанс на его успех.

**Список используемой литературы**

1. Кузин Ф. Культура делового общения. Практическое пособие
2. Кибанов А.Я., Захаров Д.К., Коновалова В.Г. Этика деловых отношений: Учебник / Под ред. А. Я. Кибанова. - М.: ИНФРА-М, 2007. - 368 с. - (Высшее образование).
3. http://www.gmcg.ru/Staty\_1.htm

Размещено на http://www.