**Правила общения по телефону**

**Телефонная коммуникация, как и все другие виды общения, имеет свои приемы, правила общения по телефону, знание которых может вам помочь. Если телефон по роду вашей деятельности становится для вас** «**правой рукой**»**, то было бы неплохо превратить его в союзника, зная правила разговора по телефону. А для этого простые правила общения по телефону должны стать для вас естественной манерой поведения. Руководствуясь этим и приведенными в знании правилами общения по телефону, вы сможете верно, выстроить разговор и расположить к себе собеседника.**

**Телефон сегодня наш верный спутник, друг и партнер. Представьте себе, что у Вас нет телефона. Ну, например, хотя бы два дня. И Вы никому не можете позвонить. Сколько лишнего времени Вам придется потратить, чтобы справиться с Вашими текущими делами?**

Теперь допустим, телефона нет во всем нашем городе. Ни у кого. Думаю, что количество прохожих на улице и замерших людей на остановках резко возрастет. Транспорт совсем перестанет справляться с такой нагрузкой. Да, вот так незаметно, телефон ежедневно помогает нам решать проблемы, экономит наше время и силы.

А знаете, сколько в России фирм, занимающихся телемаркетингом?

Несколько сотрудников отдела сбыта сидят в небольшой комнате и просто разговаривают по телефону с утра до вечера. А по всей стране в это время носятся составы и фургоны, доставляя проданные ими товары из одного завода в другой.

Да, телефон оказывает нам неоценимые услуги. Но всегда ли мы умеем использовать его в полной мере? Общение по телефону имеет свои особенности. Ведь работает только один канал — голосовой. Вы не видите лица собеседника, не знаете, что его окружает во время вашего разговора. Например, сотрудник отдела сбыта может годами работать с клиентом, не зная его в лицо, зато сразу узнавать, определяя по первому слову в разговоре. А как интересно бывает все же увидеть потом воотчию этого человека и удивиться: так вот он какой! А я думал у него светлые волосы и маленький рост. Ну надо же! Да, разговаривая по телефону, мы непроизвольно формируем свой образ человека. Так уж устроена наша психика — мозг сам достраивает недостающие элементы до полной картины.

Итак, в чем отличия телефонной продажи от любой другой?

Ваш разговор по телефону короче, чем при личной встречи.

Вы гораздо меньше влияете на вашего собеседника из-за удаленности в пространстве.

Вы не можете ничего ни показать, ни потрогать.

То, что при личной встрече можно понять из контекста самого разговора, Вам придется четко проговорить.

Операторов в такси учат повторно проговаривать адрес, телефон и время заказа машины, что не возникло недоразумений. Хотя бы 2 такие ошибки оператора в день принесут значительный ущерб водителю — он потеряет бензин, время и нервы. Компании недополучит прибыль и потеряет клиента, который еще и постарается рассказать друзьям, по какому номеру такси быстро не приезжает, и где все сотрудники бестолковые и все время все путают. (Да, к сожалению, многим людям свойственно все обобщать). Ну и конечно, нервы, нервы всех действующих лиц.

Поэтому давайте выводить правила правильного телефонного разговора.

**Правило №1**

Заранее продумайте Ваш разговор, буквально до фраз. Запишите вопросы, на которые надо получить ответ и основной текст Вашего сообщения.

Даже у опытных коммутаторов в серьезных организациях всегда перед глазами лежит краткий скрипт разговора: общий план и речевые модули, удачные фразы.

Люди всегда остаются людьми — можно отвлечься, растеряться, забыть, наконец. А любая ошибка, любое неточное слово в телефонном разговоре очень дорого. Вот мы посмотрели, во что выливается ошибка при вызове такси. А если Вы железнодорожный состав не туда отправите?

Да, Вы правы, состав без документов не отправишь, поэтому правило №2.

**Правило №2**

Держите все необходимы документы под рукой: прайсы, карточку клиента с полной базой данных по всему периоду работы, с разделом «Информация личного значения». Откуда такая карточка? Заведите ее на каждого клиента обязательно. Заполнение такой карточки займет у Вас несколько минут после разговора, зато значительно повысит эффективность следующих контактов.

**Правило №3**

Всегда подводите краткий итог вашего разговора. Медленно и четко повторяйте место, время, дату, цены и т.д. «Итак, мы с вами договорились о поставке 13 тонн сахара по цене 9 рублей за килограмм. Груз будет у вас в четверг, 20 февраля, примерно с 12 до 14 часов».

А какой темп речи будет оптимальным при разговоре: энергичный или мягкий, доброжелательный? Все зависит от вашего собеседника и от фазы разговора. Допустим, это входящий звонок. Вы отвечаете: «Мебельный салон Домино, добрый день». Конечно, Ваш голос звучит, мягко, приветливо, как бы приглашая в гости: заходите, располагайтесь, чувствуйте себя как дома. Тщательно отработав голос, можно уже первой фразой создать уютное ощущение. Как известно, самый первый сигнал-раздражитель (в нашем случае это первая фраза приветствия) оказывает наиболее сильное воздействие — формирует первое впечатление. Первая фраза задает стиль всего последующего разговора. Проведите такой эксперимент (сразу предупреждаю — это рискованно!). В 5 случаях буркните первую фразу так, как будто Вам некогда и дела нет до Клиента, а в следующих 5 фразах продемонстрируйте образец гостеприимства и доброжелательности. Постарайтесь сам разговор вести как обычно. Уверяю Вас, Вы решите, что в последних разговорах клиенты попадались интересные, а первые пять — какие-то нахалы и грубияны, «не наши люди». Вот какова сила воздействия первой фразы!

Итак, начало разговора всегда предельно доброжелательно и мягко, а середина может быть энергична. Например, если Вы стимулируете потенциального Клиента прийти в ваш салон, объясняйте, как легко Вас найти весело и энергично.

Завершайте разговор тоже на хорошем «плюсе» — помним правило края: первый и последний сигнал определяет целостность впечатления. Сознательно и целенаправленно работайте на те ощущения, которые Вы хотите вызвать в Вашем собеседнике.

Тепло и мягко поблагодарите за звонок и подчеркните, что Вы будете ждать клиента, если Вы продаете мягкую мебель. Ваш голос будет низким и немного зовущим, ведь Вы приглашаете в гости.

Завершите разговор четко и деловито, создав ощущение стабильности и надежности, если Вы ведете разговор о поставках. Ваш голос будет твердым и основательным, ведь Вы создаете уверенность в вашей надежности как в партнере.

Есть еще секреты темпа разговора. Конечно, он зависит от Вашего собеседника.

И снова мы говорим о незаметных, но действенных техниках подстройки под партнера. Немного ускорьте Вашу течь, если Ваш собеседник говорит быстро. Плавно тягуче растягивайте слова, если собеседник не спешит. Подстраиваясь под собеседника, Вы создаете более комфортные условия разговора для клиента, и он непременно это оценит. А значит, и пойдет Вам навстречу. Ловите мельчайшие нюансы, оттенки, характерные словечки и интонации. Используйте их в разговоре с Вашим собеседником, тонко и аккуратно. Вряд ли он решит, что Вы его передразниваете. И все же, чтобы не создалось ощущение копирования, делайте это не слишком явно. Представьте, что Вы настроены на одну волну с Вашим собеседником. Что Вы идете вместе по канатной дороге навстречу друг другу. Вы будете слушать его как бы изнутри, и отвечать в тон, не так ли? Представьте, что Вы вместе поете песню, и Ваши голоса как бы сливаются в одно целое. Вот так и опытный мастер телефонного общения создает в каждом разговоре свою общую песню на двоих.

**Как избежать длительных и ненужных объяснений по телефону?**

Как давно подтверждено психологами, объем оперативной памяти человека составляет от 5 до 9 единиц. Это значит, что никто одновременно не может запомнить 9 слов, если конечно не свяжет их в логическую цепочку. Так и информация по телефону.

Если Вы начинаете старательно выкладывать все, что знаете, по телефону, то рискуете запутать клиента и перегрузить его лишней информацией. Он почувствует усталость, а разве Вы этого хотите? Правильно, Вам надо вызвать любопытство покупателя и пригласить его в салон.

Поэтому Вы кратко отвечаете на вопрос клиента, а затем говорите: «Мы с удовольствием подробно расскажем, а главное, покажем Вам все это у нас в салоне».

И тут, внимательно слушайте, и не забудьте это! Без паузы, буквально не давая Клиенту дух перевести, расскажите как к Вам добраться.

Найти нас очень просто: наш адрес Красноармейский, 11, это между салоном для новобрачных и бизнес центром. Вы сразу увидите нашу яркой черно-желтую вывеску «Домино».

Проговорите в беседе название салона несколько раз, ведь человек может забыть, в каком именно салоне с ним так приветливо поговорили.

**Можно ли резко оборвать грубого, агрессивного клиента?**

Думаю, обрывать все же не стоит, особенно резко.

Выслушайте его спокойно, а пока он выговаривается, поиграйте в такую игру. Попробуйте угадать, почему он такой грубый:

Это его обычная манера общения, и то, что Вы расценивайте как грубость, может оказаться просто напористостью и уверенностью? В таком случае продолжайте просто работать. Отвечайте на вопросы Клиента уверенно, четко и быстро.

А может быть, это усталость, и только что кто-то наступил ему на больную мозоль. Что ж, тогда подарите Вашему Клиенту немного тепла, и будем надеяться, что он оттает, а Ваш разговор войдет в спокойное доброжелательное русло.

Конечно, каждый Продавец вынужден быть немного психологом, но должна заметить, что психолог — это, пожалуй, самая захватывающая профессия в мире. Психолог всегда немного детектив и немного фантазер. Психологу частенько приходиться быть очень быстрым и находчивым. С другой стороны, многие жизненные ситуации вынуждают нас быть глубокими и понимающими, не так и? Смотрите, как похожи эти две профессии — продавец и психолог: от нас люди ждут понимания и сердечности.

Вот только где черпать силы для всего этого? Продавец один, а через его сердце за день проходит от 30 до 100 клиентов в день.

По мнению лучших, успешных Продавцов, настоящая продажа — это служение людям. Впрочем, когда Вы отдаетесь любому делу до конца, Вы чувствуете состояние растворения. Наверно, это звучит как парадокс, но как раз в растворении Вы и сможете найти для себя бездну энергии.

**Какие фразы лучше произносить, если возникает затруднение при ответе на поставленный вопрос?**

Отличный вопрос, спасибо. Для начала давайте разберемся, почему возникло это затруднение?

Вот некоторые причины, которые сразу приходят на ум:

* Вы не владеете этой информацией в принципе.

Тогда честно скажите Клиенту об этом. Посоветуйте, куда лучше обратиться и кто может помочь.

* Вы забыли, растерялись…

Тогда для Вас главное — оттянуть ответ, чтобы не ударить в грязь лицом. У Вас есть два варианта действий: задать уточняющий вопрос, а пока Клиент будет говорить — собраться с мыслями. Или сказать, что ответить на этот вопрос, Вы сможете только при личной встрече и пригласить Клиента в офис.

* Вам надо время, чтобы подумать, посмотреть в каталоге… И в этом случае, не откладывая, приглашайте клиента в салон.

Получается, что все дороги ведут в Рим, а каждый телефонный разговор надо как можно скорее закончить, пригласив клиента в офис. Замечу, что эта рекомендация отлично подойдет для салона мебели, но не для отдела продаж, работающего на территории России.

**А как аккуратно завершить разговор с Клиентом, особенно, если он настроен поговорить?**

Хороший вопрос. Дослушайте до точки или хотя бы до логической паузы в разговоре. И скажите: «Итак, Вас интересует мебель для детской, а точнее кровать, шкафчик и столик?» Если Вы правильно обобщили Ваш разговор, клиент говорит «Да». А Вы продолжаете: «Тогда подходите к нам, я покажу Вам образец и мы сможем по каталогу подобрать для Вас оптимальный вариант. Когда Вам удобнее подойти к нам?» Дальше снова объясняете, как попасть в ваш салон.

**Да, легко так говорить, когда рассуждаешь дома на диване. Задним умом мы все сильны, а попробуй также находчиво отвечать клиенту…**

Вопрос принимается, спасибо.

Разумеется, на ходу рожать блестящие идеи не каждый сможет, да и всегда ли это необходимо? Все можно отработать на корпоративном тренинге продаж: и типичные сложные ситуации разобрать, и фразы удачные вместе придумать. А главное, каждый получит удовольствие от тренинга, немного развеется от ежедневной суеты, да и пообщаться с коллегами лишний раз не помешает. Несмотря на то, что каждый день Вы друг на друга смотрите, и разговоров общих хватает, совместная работа в тренинге настраивает совсем на другой лад. Вы вместе ищите ответы на главный вопрос для любой организации: «Как увеличить объем продаж?».