УНИВЕРСИТЕТ РОССИЙСКОЙ АКАДЕМИИ ОБРАЗОВАНИЯ

Факультет: *Бизнес, Маркетинг, Коммерция*

Дисциплина: *Этика бизнеса и деловое общение*

Тема контрольной работы: *Советы, как лучше использовать телефон*

Ф.И.О. студента: Спрыжков Игорь Максимович

Курс: *4*. Семестр: *7.*

Дата сдачи: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Ф.И.О. преподавателя: *Казаков В.А.*

Оценка: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Подпись: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Дата проверки: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

*Нет ничего более легкого, чем быть  
занятым, и нет ничего более трудного,  
чем быть результативным*

Ален Маккензи

# Наиболее общие правила использования делового телефона

Современную деловую жизнь невозможно представить без ***телефона.*** Благодаря ему многократно повышается опера­тивность решения множества вопросов и проблем, отпадает необходимость посылать письма, телеграммы или совершать поездки в другое учреждение, город для выяснения обстоя­тельств какого-либо дела. По телефону можно сделать очень многое: провести переговоры, отдать распоряжения, изложить просьбу и т.д. Очень часто первым шагом на пути к заключе­нию делового договора является телефонный разговор.

Человечество пользуется телефоном уже более века. Каза­лось бы, времени вполне достаточно для того, чтобы научиться разумно пользоваться этим техническим средством... Но умение говорить по телефону по наследству не передается. Искусством общения при помощи этого аппарата овладевает каждый. Хо­рошо, если есть толковые наставники или удачные объекты для подражания, у которых можно научиться правильно разговари­вать по телефону. Соответствующие курсы, различные методи­ческие пособия по этой теме широко распространены в раз­личных странах мира.

• У телефонного разговора по сравнению с письмом есть одно важное преимущество: он обеспечивает непрерывный двусторонний обмен информацией независимо от расстояния. Но к деловому телефонному разговору надо то­же тщательно готовиться. Плохая подготовка, неумение выделить в нем главное, лаконично, ёмко и грамотно излагать свои мысли приводит к значительным потерям рабоче­го времени (до 20—30%). Так утверждает американский менед­жер А.Маккензи. Среди 15 главных причин потерь времени бизнесменом, менеджером он поставил на первое место теле­фонные разговоры. Психологи отмечают, что продолжитель­ность телефонных разговоров зависит от их эмоциональной окраски. Излишняя эмоциональность создает предпосылки для речевой нечеткости, неделовитости фраз, что увеличивает вре­мя телефонного разговора.

• Известно также, что при телефонном разговоре наблюда­ется такое явление, как пресыщение общением. Оно может явиться источником напряженности между сторо­нами. Поэтому во время разговора надо соблюдать меру. Иначе может потеряться смысл общения и возникнуть конфликт. Признаки пресыщения общением: возникновение и усиление беспричинного недовольства партнером, раздражительность, обидчивость и т.п. Следует вовремя выйти из контакта с парт­нером, чтобы сохранить деловые отношения. Кроме того, ведя длительные телефонные разговоры, вы можете получить репу­тацию зануды или пустомели. Подобная репутация подорвет интерес к вам и к вашим деловым предложениям. Чтобы вос­становить доброе имя фирмы и свое реноме, придется затра­тить значительно больше усилий, чем при установлении перво­го делового контакта.

• Искусство ведения телефонных разговоров состоит в том, чтобы кратко сообщить все, что следует, и получить ответ. В японской фирме не будут долго держать сотрудника, который не решит деловой вопрос по телефону за три минуты.

• Основа успешного проведения делового телефонного разго­вора — компетентность, тактичность, доброжелательность, вла­дение приемами ведения беседы, стремление оперативно и эф­фективно решить проблему или оказать помощь в ее решении. Важно, чтобы служебный, деловой телефонный разговор велся в спокойном вежливом тоне и вызывал положительные эмоции. Еще Ф.Бэкон отмечал, что вести разговор в доброжелательном тоне более важно, чем употреблять хорошие слова и распола­гать их в правильном порядке. Во время делового телефонного разговора необходимо создать атмосферу взаимного доверия.

• По мнению психологов, положительные эмоции тонизи­руют деятельность головного мозга, способствуют четкому ра­циональному мышлению. Отрицательные эмоции приводят к нарушению логических связей в словах, аргументации, создают условия для неверной оценки партнера, его предложений. По­этому можно сделать выводы о том, что эффективность делово­го телефонного общения зависит от эмоционального состояния человека, от его настроения. Суще­ственное значение имеет также умелое проявление экспрес­сии. Она свидетельствует об убежденности человека в том, что он говорит, в его заинтересованности в решении рассматрива­емых проблем. Во время разговора надо уметь заинтересовать собеседника своим делом. Здесь вам поможет правильное ис­пользование методов внушения и убеждения. Как это сделать, при помощи каких средств? Голос, тон, тембр, интонации вни­мательному слушателю говорят очень много. По данным пси­хологов, тон, интонация могут нести до 40% информации. Нужно только обращать внимание на подобные "мелочи" во время телефонного разговора. Самому же стараться говорить ров­но, сдерживать свои эмоции, не пытаться прерывать собеседника.

• Если ваш собеседник проявляет склонность к спорам, высказывает в резкой форме несправедливые упреки, в его то­не звучит самомнение, то наберитесь терпения и не отвечайте ему тем же. Если есть возможность, переведите разговор на спокойный тон, частично признайте его правоту, постарайтесь понять мотивы его поведения. По­старайтесь кратко и ясно изложить свои аргументы. Ваши до­воды должны быть правильными по существу и грамотно изло­жены по форме. В разговоре старайтесь не допустить выражений типа: "идет", "добро", "лады", "пока" и т. п. В телефонном разгово­ре также лучше не употреблять специфические, профессиональ­ные выражения, которые могут быть непонятны собеседнику.

• Надо помнить, что телефон усугубляет не­достатки речи; быстрое или замедленное произношение слов затрудняет восприятие. Особенно следите за произноше­нием чисел, имен собственных, согласных букв. Если в разго­воре встречаются названия городов, поселков, имена собствен­ные, фамилии и т. п., которые плохо воспринимаются на слух, их нужно произносить по слогам или даже передавать по буквам.

• Этикет делового телефонного разговора имеет в своем запа­се целый ряд реплик для корректировки общения. Например:

*Как Вы меня слышите?*

*Не могли бы Вы повторить...?*

*Извините, очень плохо слышно.*

*Простите, я не расслышал, что Вы сказали, и т.п.*

• Прежде чем позвонить кому-либо, вспомните: длительное воздействие телефонных звонков отрицательно сказывается на нервной системе (поэтому сами старайтесь снимать с аппарата трубку, как только услышите звонок), ненужные телефонные раз­говоры нарушают рабочий ритм, мешают решению сложных воп­росов, требующих глубокого анализа, обсуждения в спокойных условиях, т. е. мешают работать тем, кто находится рядом.

• Звонок по домашнему телефону деловому партнеру, сослу­живцу для служебного разговора может быть оправдан лишь серьезной причиной, кому бы вы ни звонили: начальнику или подчиненному. Воспитанный человек не станет звонить после 22 часов, если для этого нет острой необходимости или не по­лучено предварительное согласие на этот звонок.

• Как показывает анализ, в телефонном разговоре 30—40% занимают повторения слов, фраз, ненужные паузы и лишние слова. Следовательно, к телефонному разговору надо тщательно готовиться: заранее подобрать все материалы, докумен­ты, иметь под рукой необходимые номера телефонов, адреса ор­ганизаций или нужных лиц, календарь, авторучку, бумагу и т. п.

• До того как вы решили набрать номер, следует точно опре­делить цель разговора и свою тактику его ведения. Составьте план беседы, запишите вопросы, которые хотите решить, или сведения (данные), которые хотите получить, продумайте поря­док постановки вопросов. Четко сформулируйте их, чтобы ваш собеседник не мог многозначно толковать их. Первой же фра­зой старайтесь заинтересовать собеседника. Держите в памяти даты и номера документов, официальных материалов, имею­щих отношение к разговору, постарайтесь спрогнозировать контраргументы собеседника и свои ответы ему. Если обгова­риваете несколько вопросов, то последовательно заканчивайте обсуждение одного вопроса и переходите к следующему. С по­мощью стандартных фраз старайтесь отделять один вопрос от другого. Например:

*Итак, по этому вопросу мы договорились?!*

*Могу я считать, что по этому вопросу мы достигли соглашения?*

Как я Вас понял (в этом вопросе), мы можем рассчитывать на Вашу поддержку?

*Таким образом, две машины Вы поставите нам не позже первого квартала?*

Разговор по каждой теме должен заканчиваться вопро­сом, требующим однозначного ответа.

• При подготовке к деловой беседе по телефону постарайтесь ответить себе на следующие вопросы:

1. какую главную цель вы ставите перед собой в предстоя­щем телефонном разговоре;
2. можете ли вы вообще обойтись без этого разговора;
3. готов ли к обсуждению предлагаемой темы собеседник?
4. уверены ли вы в благополучном исходе разговора;
5. какие вопросы вы должны задать;
6. какие вопросы может задать вам собеседник;
7. какой исход переговоров устроит (или не устроит) вас, его;
8. какие приемы воздействия на собеседника вы можете использовать во время разговора;
9. как вы будете вести себя, если ваш собеседник

• решительно возразит, перейдет на повышенный тон;

• не отреагирует на ваши доводы;

• проявит недоверие к вашим словам, информации.

• Для подготовки к деловому разговору по телефону, в осо­бенности междугородному и международному, лучше разработать специальный бланк, в котором будущий разго­вор записывается с учетом прогнозируемых ответов, например, такой:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Дата | | Время | |
| Номер телефона | | | |
| Фамилия, имя, отчество абонента | | Организация | |
| *Вопросы записываются заранее*   1. … 2. … 3. … | *Прогнозируемые ответы, записываются заранее*   1. … 2. … 3. … | | *Ответы записываются по ходу беседы*   1. … 2. … 3. … |
| *Выводы:* достигнутый результат, полученные сведения, даль­нейшие действия и т.д. | | | |
| *Исполнитель* | | | |

• По окончании делового телефонного разговора потратьте 3—5 минут на анализ содержания и стиля разговора. Проанали­зируйте свои впечатления. Найдите уязвимые места в разгово­ре. Постарайтесь понять причину своих ошибок.

• Следует обратить внимание на то, что наше понимание друг друга при телефонных беседах хуже, чем при непосредственной встрече. В результате нередко возникают недоразумения. Вот пример одного из них.

*Директор фирмы позвонил из другого города. «За­втра приезжаю в 11 часов. Пришлите машину». Секретарь, принявшая звонок, предупредила шофе­ра, чтобы в 11 вечера он встречал шефа.*

*Назавтра в 11 утра позвонил директор и раздра­женно спросил, почему его не встречают? Секре­тарь: «Иван Петрович, Вы же всегда приезжали вечером, я и подумала, что в 11 вечера...»*

Комментарии излишни.

• Телефон усугубляет недостатки речи. Особенно не­разборчиво передаются числа и числительные. У 40 % менеджеров телефон отнимает более двух часов в день.

• Не стоит спрашивать, с кем Вы говорите, можно лишь уточнить, правильно ли Вы набрали номер и дозвонились ли туда, куда хотели.

• Поручать сотруднику или секретарю дозвониться до интересующего вас человека позволительно.

• Если к телефону просят Вашего коллегу, то нельзя выяснять, кто его спрашивает.

• В том случае, если Вы очень заняты, то телефон лучше отключать или попросить секретаря отвечать на телефонные звонки.

• Заканчивает разговор тот, кто позвонил.

# Вопросы и ответы

## **Ситуация** 1**.** Подняв телефонную трубку, Вы скажете:

1. «Говорите»;
2. «Да»;
3. «Слушаю (Вас)»;
4. назовете свою фирму и затем «Добрый день»;
5. называете свою фирму и себя (фамилию или должность);
6. называете фирму, отдел, фамилию.

Наилучший ответ — (6). Он лучше других эконо­мит время. Им, во-первых, сразу отсеиваются неред­кие ошибочные звонки. (Как часто приходится слы­шать «А вы куда звоните?») Во-вторых, он дает возможность позвонившему сразу приступить к делу, так как тот будет знать, кто его слушает: секретарь, директор, специалист или охранник.

Ответ (4) неплохой, но первым принято здороваться тому, кто обращается. Некоторые, когда с ними здо­роваются первыми те, кому они позвонили, восприни­мают это как некое заискивание.

## **Ситуация** 2**.** Спрашивают отсутствующего коллегу, Ваши ответы:

1. «Его нет»;
2. «Он вышел, перезвоните через полчаса»;
3. «Чем я могу помочь?»;
4. «Что ему передать?»;
5. «Он вышел. Вы можете оставить номер свое­го телефона?».

Лучший ответ — (3). В зависимости от ситуации затем идут варианты (4) и (5).

## **Ситуация** 3**.** Вас просят передать информацию отсут­ствующему коллеге. Вы:

1. увидев, расскажете ему;
2. напишете записку и положите на его стол;
3. попросите того, кто его наверняка увидит, передать содержание разговора;
4. предложите перезвонить.

Лучший ответ — (2). Вариант (1) имеет тот минус, что вы можете с коллегой не встретиться. Вариант (3) — наихудший: ни в коем случае нельзя передавать информацию через третьих лиц! Информация при этом безбожно искажается помимо желания — таковы осо­бенности нашего восприятия и нашей памяти. Предложение перезвонить (4) может привести к по­тере партнера или делового контакта: не застав нуж­ное лицо, позвонив еще один-два раза, больше, как правило, не звонят.

## **Ситуация** 4**.** До какого (по счету) звонка телефона приня­то поднимать трубку?

Принято ждать ответа абонента 4, максимум 5 звонков (чтобы не надоедать, когда абонент не может снять трубку — например, из-за совещания или серь­езного разговора). Поэтому и поднимать трубку следу­ет до четвертого звонка.

Если вступить в разговор сразу не можете, то дей­ствуйте так, как изложено в ответе на вопрос № 27.

## **Ситуация** 5**.** Какой ответ предпочтительнее:

1. «Могу ли я вам помочь?»;
2. «Чем я могу вам помочь?».

Предпочтительнее более конкретный вариант (2).

## **Ситуация** 6. Если Вы не можете ответить на вопрос сра­зу, то говорите:

1. «Подождите у телефона, я схожу выясню»;
2. «Пожалуйста, перезвоните через...».

Служебный телефон нельзя занимать долго — это вызывает раздражение партнеров. Поиск информа­ции для ответа может затянуться, поэтому лучше поп­росить перезвонить через определенное время.

## **Ситуация** 7. Позвонили во время обеда:

1. «Все обедают»;
2. «Никого нет»;
3. «Пожалуйста, перезвоните (тогда-то)»;
4. запишете информацию, номер телефона и пе­резвоните сами.

В зависимости от важности вопроса, по которому звонят, выбрать вариант (3) или (4).

## **Ситуация** 8. Позвонивший высказывает претензию, в ко­торой Вы не виноваты:

1. «Это не моя ошибка»;
2. «Я этим не занимаюсь. Вам лучше обратиться к ...»;
3. «Давайте разберемся»;
4. «Нет, вы не правы»;
5. «Я сейчас приглашу коллегу, который занима­ется этим вопросом»;
6. «Оставьте, пожалуйста, Ваш телефон».

Если Вы в состоянии ответить на претензию, нуж­но побеседовать, не заставляя клиента дожидаться и не переадресовывая. Если это невозможно, узнайте номер телефона и пообещайте, что ему перезвонят.

## **Ситуация** 9. Вы не согласны с претензиями. Должны ли Вы:

1. выслушивать длинный монолог;
2. сразу переадресовать его тому, кому этот вопрос ближе?

В случае жалобы рекомендуется «принять удар на себя» тому, кто поднимает трубку. Клиенту очень важно выговориться, и нужно предоставить ему эту возможность, не доводя его «до кипения». При этом надо выражать всяческое сочувствие, а если есть хоть малейшая вина фирмы — извиниться. Обязательно за­пишите его телефон, имя-отчество, обещайте перезво­нить и непременно сделайте это.

Главное для клиента — *как* с ним обращаются!

## **Ситуация** 10. Вы обещали перезвонить, решив проблему к определенному сроку. Однако решить ее не удается:

1. «Позвоню, когда решу; раз не звоню, значит, не решил еще»;
2. «Позвоню и договорюсь о новом сроке».

Вы должны позвонить в обещанное время, даже если решить к этому сроку ничего не удастся. Прояв­ление внимания всегда действует благотворно.

## **Ситуация** 11. Вам задали вопрос, ответа на который Вы не знаете:

1. «Не в курсе»;
2. «Я не знаю»;
3. «Хороший вопрос... Разрешите я уточню для вас»;
4. «Позвоните ... (такому-то)».

Наиболее уважителен ответ (3).

## **Ситуация** 12. Клиент обратился с просьбой, которую Вы не можете выполнить:

1. «Мы не сможем этого сделать»;
2. предлагаете то, что можете вы;
3. «Оставьте свой телефон».

Вам следует предлагать то, что Вы можете сде­лать, продать и т.д. Всякий контакт нужно использо­вать для рекламы возможностей Вашей фирмы.

## **Ситуация** 13. Вам нужно подсказать, что звонивший до­лжен сделать:

1. «Для вас имеет смысл...»;
2. «Вы должны...»;
3. «Лучше всего вам...».

Следует избегать выражения «Вы должны», это вызывает отрицательную реакцию. Ответы (1) и (3) вполне подходят.

## **Ситуация** 14. Позвонивший, не представившись, сразу пус­кается в объяснение своих вопросов. Вы должны:

1. вникнуть в его вопрос и дать ответ;
2. постараться выяснить, кто звонит, кого он представляет, и дать ответ.

Прежде чем давать ответ по существу, необхо­димо попросить позвонившего представиться. От «веса» фирмы, которую он представляет, зависит воз­можный объем заказа, а, следовательно, условия могут быть изменены.

## **Ситуация** 15. Вам приходится «вытягивать» из клиента информацию. Какие слова Вы при этом используе­те: что? почему? когда? где? как?

Следует избегать вопроса «почему?», так как он создает впечатление недоверия.

## **Ситуация** 16. Какова Ваша цель, если клиент звонит, что­бы сделать заказ?

Ваша цель — наиболее крупный заказ. Предла­гайте сопутствующие изделия, услуги и т.д.

## **Ситуация** 17. Какова Ваша цель, если клиент звонит, что­бы получить лишь предварительную информацию?

Если клиент делает лишь «пробный» звонок, не­обходимо постараться убедить его, чтобы он приобрел хоть немного — «на пробу».

## **Ситуация** 18. Следует ли, называя цену, упоминать о до­полнительных преимуществах, предоставляемых Вашей фирмой?

Называя цену, рекомендуется сопроводить это информацией о дополнительных преимуществах. Вами предоставляемых (гарантия, скидки, сопутствующие товары, доставка, установка, сборка и т.п.).

## **Ситуация** 19. Позвонив в приемную директора, Вы:

1. изложите свой вопрос полностью;
2. узнаете лишь, кто решает данные вопросы.

Звоня в приемную. Вам следует только узнать, кто решает интересующие Вас вопросы.

## **Ситуация** 20. При обсуждении возможного заказа завер­шить разговор лучше так:

1. «Вы будете делать заказ?».
2. «Мы можем выполнить это для вас ... (тог­да-то)».

Завершать разговор следует не вопросом, а предложением: «Мы можем выполнить для Вас ... к такому-то сроку».

## **Ситуация** 21. Вам приходится звонить повторно:

1. «Это опять ... (такой-то)»;
2. назвать фирму, фамилию и снова предста­вить свое предложение.

При Ваших повторных звонках не рекомендует­ся говорить: «Это опять ... (такой-то)». Необходимо заново представиться полностью, с указанием фирмы. Иначе можно поставить собеседников в трудное пол­ожение, если Вашу фамилию они не запомнили.

## **Ситуация** 22. Какие записи и где стоит сделать по окон­чании разговора?

На каждого клиента необходимо завести карточ­ку и фиксировать в ней контакты и результаты соот­ветствующих разговоров. Если этого не делать, то многие клиенты будут потеряны, так как мы забываем 90 % того, что слышим.

## **Ситуация** 23. Телефонный звонок раздался во время труд­ного разговора или Ваших поспешных сборов. Как может быть воспринят Ваш ответ по телефону?

Если приходится отвечать на телефонный зво­нок, раздавшийся некстати, то мы, сами того не же­лая, отвечаем подчас суровым, неприязненным голо­сом. Позвонивший может отнести это на свой счет, что может нанести урон вашим отношениям.

## **Ситуация** 24. Стоит ли улыбаться во время телефонного разговора?

При улыбке в голосе появляются «теплые» инто­нации, они производят благоприятное впечатление, в том числе и на телефонного собеседника. Не правда ли, улыбка — чудодейственное средство, положительно влия­ющее на собеседника даже без визуального контакта.

## **Ситуация** 25. Какие Вы знаете способы дозвониться по «вечно занятому» телефону?

Многие используют так называемые «народные» способы: 1) набрав последнюю цифру, некоторое вре­мя не отпускать диск; 2) сделать паузу перед набором последней цифры. Предполагается, что во время пау­зы никто не сможет «прорваться» к абоненту, ибо вы его «заняли».

Это ошибочные посылки. Сигнал о набираемой цифре идет в сеть не тогда, когда мы закручиваем диск, а ког­да он возвращается в исходное положение. Поэтому ука­занные способы ничего кроме потери времени не дают.

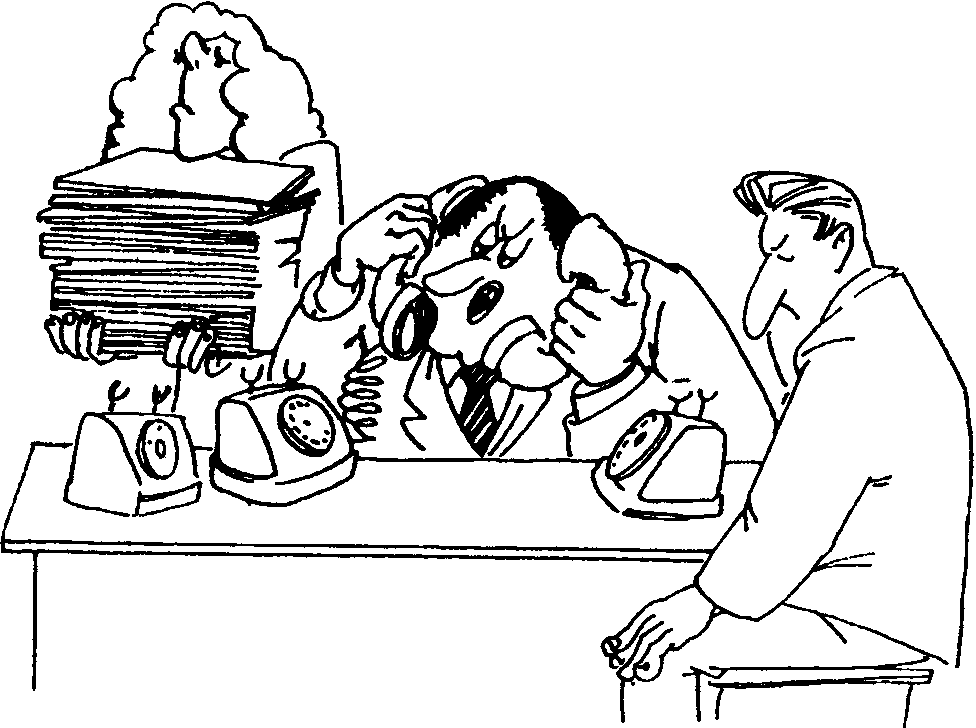
Единственный способ дозвониться — беспрерывно набирать номер. Неоценимую помощь при этом оказы­вает автодозвон, имеющийся во многих новых аппара­тах: Вы работаете, а аппарат «трудится» за Вас, без конца повторяя набор.

## **Ситуация** 26. Некоторые особо нетерпеливые при возвраще­нии телефонного диска в исходное положение уско­ряют пальцем его обратное вращение. Оцените этот прием.

Ускорять обратное вращение диска ни в коем случае нельзя: сигнал о набираемой цифре может ис­казиться. Вместо «9» наберется «8», вместо «8» — «7» и т.п.

## **Ситуация** 27. Во время делово беседы звонит телефон. Действия хозяина кабинета?

Так, если во время деловой беседы зазвонил телефон, то действия хозяина кабинета зависят от того, в какой стадии находится беседа.



Если она заканчивается, то трубка снимается и кладётся на стол (микрофоном вниз, чтоб не был слышен разговор). Если до окончания разговора далеко, то следует, подняв трубку, спросить у посетителя, сколько ещё нужно времени, после чего сказать в трубку: «Перезвоните через … минут», указав время с запасом.

Не нужно спрашивать, кто звонит. Ибо тем самым либо будешь втянут в разговор, либо проявишь неуважение: узнал – кто и «не захотел разговаривать».

# Десять телефонных «грехов»

1. Неясная цель разговора.

2. Импровизация вместо того, чтобы подготовить к разговору.

3. Неблагоприятное время для звонка.

4. Долгий поиск номера абонента.

5. Звонок без предварительной подготовки необходи­мых материалов.

6. Предварительно не записаны ключевые слова, план разговора.

7. Не называется цель разговора.

8. Монологи вместо выслушивания ответов на постав­ленные вопросы.

9. Не ведется последующая запись делового разгово­ра.

10. Неконкретные договоренности.

+1. Многие звонят от растерянности, беспомощности, из тщеславия, в поисках «отдушины», из желания произ­вести впечатление занятости, избавиться от скуки и т.д. А Вы?

Итак...

Поставьте телефон на удобное место. Припомните советы, которые только что прочли.

Сделайте так, чтобы с Вами всегда можно было свя­заться. И... тут раздается телефонный звонок.

Желаем успеха!

# Список использованных источников

1. Шейнов В.П. Психология и этика делового контакта. – Мн.: Амалфея, 1997.
2. Социальная психология и этика делового общения: Учеб. пособие для вузов/ В.Ю.Дорошенко, Л.И.Зотова, Н.А.Нартов и др.; Под общей ред. Проф. В.Н.Лавриненко. – М.: Культура и спорт, ЮНИТИ, 1995.