GIARA

generare innovazione nell'agroalimentare per rafforzare le aziende generare innovazione nell'agroalimentare per rafforzare le aziende generare innovazione nell'agroalimentare per rafforzare le aziende generare innovazione nell'agroalimentare per rafforzare le aziende generare innovazione nell'agroalimentare per rafforzare le aziende generare innovazione nell'agroalimentare per rafforzare le aziende generare innovazione nell'agroalimentare per rafforzare le aziende generare innovazione nell'agroalimentare per rafforzare le aziende

AVT/120/11II

sdi
Risultati dalla Formazione

La comunicazione telefonica al femmminile

Chi può partecipare

Impiegate, Addette commerciali, Segretarie, Impiegate amministrative, Operatori al desk di aziende della filiera agroalimentare aderenti a Fondimpresa.

Attestati e prodotti

Certificato di partecipazione aziendale, attestato di frequenza per i singoli partecipanti.

Durata

8 ore di aula

Date e Sedi

Palermo 26/11/2013
Trapani 03/12/2013

Costi

Il corso è interamente finanziato da Fondimpresa a valere sulla avviso 5/2011.

"La storia del commercio è quella della comunicazione dei popoli."
Charles-Louis de Montesquieu.

Programmazione didattica

1) La comunicazione in azienda: obiettivi e tecniche per comunicare in modo efficace. L'utilizzo del canale verbale e non verbale.

2) Le quattro fasi della telefonata: apertura, intervista, argomentazione e chiusura.

3) Imparare ad allenare la propria voce: il ritmo, il tono, il volume, le pause…

4) La gestione delle obiezioni: reali, pretestuose.

5) Analisi dei casi difficili tratti dalle esperienze dei partecipanti

6) Simulazioni pratiche anche con l'utilizzo di strumenti multimediali.

Risultati

Aumento della dialettica telefonica, crescita dell'assertività, capacità di gestire i cambi di tono nelle situazioni, sperimentazione dell'uso strategico delle domande.

La nostra proposta

La comunicazione telefonica rappresenta una parte rilevante dell'attività di un'azienda, perché rende possibile l'instaurarsi di una relazione "a distanza" con il cliente, quando non si ha la possibilità di raggiungerlo di presenza . Il telefono è un amplificatore di stati d'animo. Per cui, diventa importante curare ogni aspetto pragmatico del processo comunicativo, **per fronteggiare al meglio le situazioni critiche generate dal contatto telefonico.**

Ad esempio le obiezioni, sono solitamente frutto di interpretazioni errate, di fraintendimenti dei segnali, di pregiudizi o di errori cognitivi.

La voce dell'operatore (ritmo, tono volume, ecc…) produce nell'ascoltatore delle reazioni spesso inconsapevoli di maggiore o minore gradimento.

Imparare ad utilizzare in modo corretto la propria voce, consente di coinvolgere maggiormente il cliente e orientarlo verso i nostri obiettivi. Ad esempio, si può **allenare il timbro della voce** per renderlo più amichevole e credibile; oppure, **variare il ritmo** per richiamare l'attenzione dell'interlocutore.

SDI Soluzioni d'Impresa s.r.l.
Partita IVA: 03967510821
Capitale Sociale:€ 32.329 I.v.
info@soluzionidimpresa.it
www.soluzionidimpresa.it

Palermo
Sede legale
Via D.Di Marco, 9
90144 Palermo
Tel. +39 091 670 2977
Fax.+39 091 347 534

Roma
Filiale
Viale del Caravaggio,91
00147 Roma
Tel. +39 06 622 05 510

Catania
Filiale
P.zza G.Verga,16
95129 Catania
Tel. +39 095 293 3149

SYSTEM CERTIFICATION ISO 9001 SGS