



E-LEARNING

Livello 2



Cofinanziato dall'Unione europea

Finanziato dall'Unione europea. Le opinioni espresse appartengono, tuttavia, al solo o ai soli autori e non riflettono necessariamente le opinioni dell'Unione europea o dell'Agenzia esecutiva europea per l'istruzione e la cultura (EACEA). Né l'Unione europea né l'EACEA possono esserne ritenute responsabili.

WA02: Marketing della comunicazione

Uso di abilità di comunicazione sociale e aziendale adeguate per i pubblici selezionati e i risultati previsti

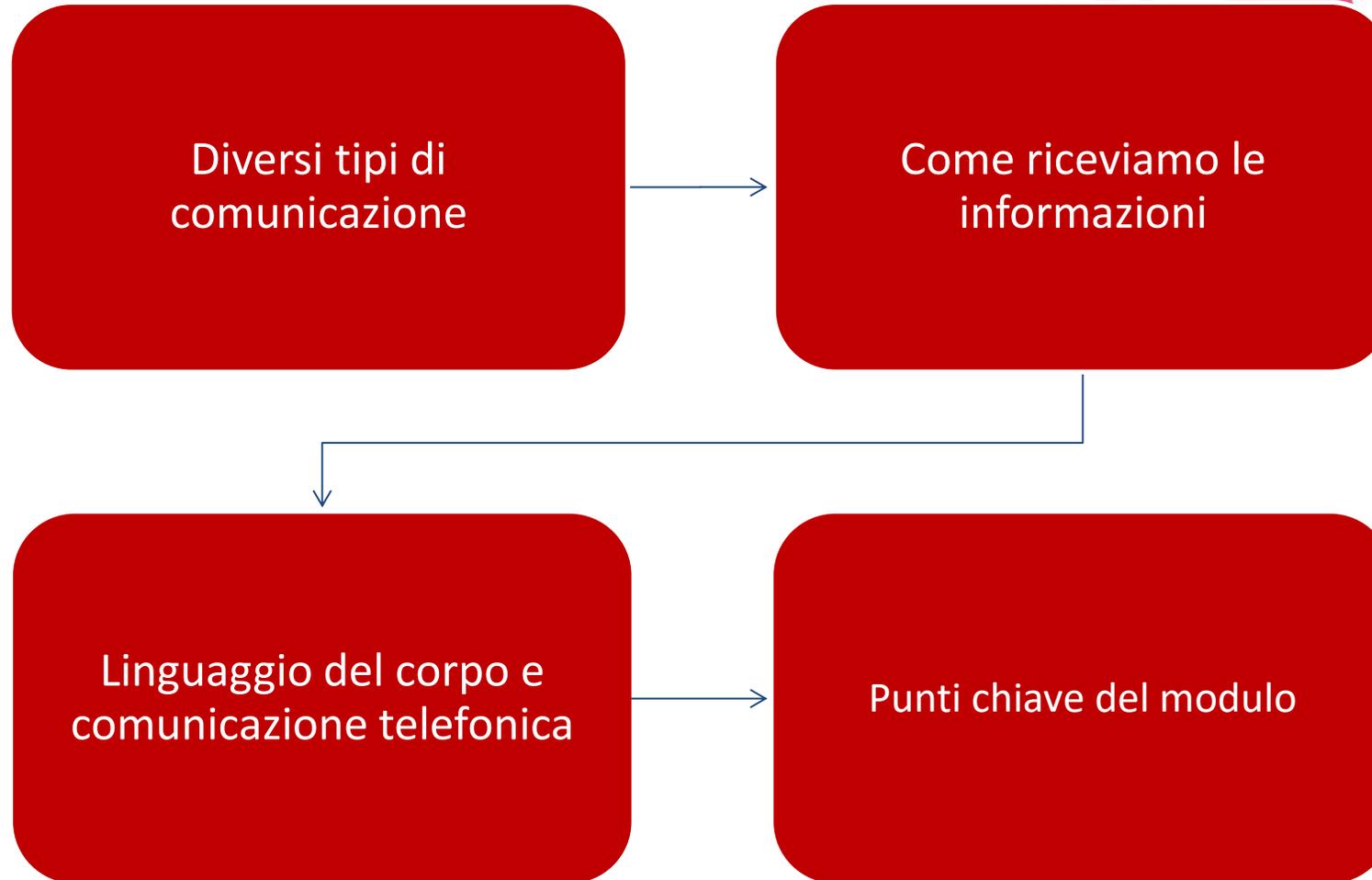
2.3 UTILIZZARE EFFICACEMENTE LE TECNICHE TELEFONICHE

LO3.1 Dimostrare la capacità di spiegare i benefici di una comunicazione efficace sul posto di lavoro e di risolvere i problemi attraverso la comunicazione, nonché di selezionare i metodi più appropriati per il pubblico selezionato e i risultati previsti.

LO3.2 Dimostrare la capacità di accettare il comportamento e le opinioni degli altri e di esprimere frustrazione e disaccordo in modo costruttivo.



Mappa del percorso



Diversi tipi di comunicazione

Ci sono diversi tipi di comunicazione e modi in cui riceviamo le informazioni:



- Faccia a faccia
- Telefono
- Testo
- E-mail

La comunicazione telefonica è importante!

Ci soffermeremo sull'importanza della comunicazione telefonica nelle nostre interazioni quotidiane.

Una **comunicazione telefonica efficace** è fondamentale se si tiene conto di fattori quali:

- le lunghe distanze
- il traffic
- la globalizzazione
- il ritmo della vita moderna

Vantaggi della comunicazione telefonica

- È uno strumento necessario nella vita lavorativa moderna per la sua immediatezza.
- L'aspetto non conta quando si comunica per telefono
- È efficace per risolvere i problemi

Svantaggi della comunicazione telefonica

- Nessuna interazione visiva tra gli utenti
- Non è possibile vedere il linguaggio del corpo dell'altra persona. Per questo motivo, a volte interpretiamo male le cose che ascoltiamo (tuttavia, le persone possono effettivamente *sentire* il linguaggio del corpo).

Identifichiamo i motivi per cui parliamo al telefono

Prendi nota delle persone con cui parli più spesso, del motivo per cui comunichi e della percentuale di chiamate che coprono questa comunicazione.

Comprendendo la frequenza e lo scopo delle nostre conversazioni telefoniche, possiamo trarre preziose indicazioni sull'importanza della comunicazione telefonica nella nostra vita quotidiana.

- Con chi parli spesso?
- Per quale motivo?
- % dell'uso quotidiano?

Per garantire una comunicazione efficace, prova a rispondere alle seguenti domande.

- Chi rappresentiamo?
- A chi?
- Qual è il nostro punto di forza come azienda/professionista?
- Di cosa hanno bisogno i clienti?
- Qual è il significato di cliente fedele?
- Quando i clienti diventano fedeli?
- Come possiamo mantenere i clienti soddisfatti?

Una conversazione "sbagliata"

Ma cosa succede in una conversazione "sbagliata"?

Una conversazione "sbagliata" si riferisce ad un dialogo o ad una comunicazione che non va come previsto o immaginato.

Può comportare incomprensioni, errori di comunicazione o disaccordi, con il risultato di uno scambio meno produttivo o positivo.



Vediamo ora la **comunicazione telefonica sul posto di lavoro**.

Ci concentreremo sulla risposta alle chiamate in entrata, su come gestire la comunicazione interna e sulle strategie per trattare con i clienti esigenti al fine di parlare in modo efficace. Esamineremo anche i modi in cui possiamo migliorare ulteriormente la comunicazione esistente.

Risposta alle chiamate in entrata

Affrontare il problema

Migliorare la comunicazione esistente

Una telefonata ha la seguente **struttura**:

- Introduzione
- Argomento principale
- Chiusura

Ogni parte, dall'introduzione all'argomento principale e alla chiusura, svolge un **ruolo fondamentale** per una comunicazione efficace.

Cominciamo dalle **chiamate in entrata**.

Padroneggiando l'arte della presentazione, possiamo creare interazioni positive e d'impatto al telefono.

Un modo corretto di parlare sarebbe:

- **Buongiorno!**
- **È Dario che parla.**

Dare l'impressione all'interlocutore che sia il benvenuto a chiamare ancora e ancora per scoprire i suoi desideri o bisogni interiori.

- **Come posso aiutarvi?**

Alcuni suggerimenti:

- È importante che l'altoparlante risponda alle chiamate in entrata dopo 4 squilli.
- La persona che risponde al telefono in quel momento è la persona più importante dell'organizzazione.
- Assicurarsi che il momento sia appropriato per l'altra persona.

Per le **chiamate in uscita**, ecco alcune buone pratiche.

- Presentatevi:
"Buonasera Signore. Mi chiamo Dario e chiamo da Uninettuno".
- Chiarite il motivo della vostra chiamata nei primi secondi:
"Chiamo per chiedere informazioni sulle vostre offerte".
- Siate chiari, calmi e positivi .

Esaminiamo la **parte principale** di una telefonata.

Ci sono due aspetti principali su cui concentrarsi durante la parte principale di una telefonata:

- scoprire le **esigenze** dell'interlocutore
- determinare il **motivo** della nostra chiamata.

Inoltre:

- la **parte principale** della telefonata deve riguardare gli obiettivi che vogliamo raggiungere.
- gli obiettivi devono essere SMART

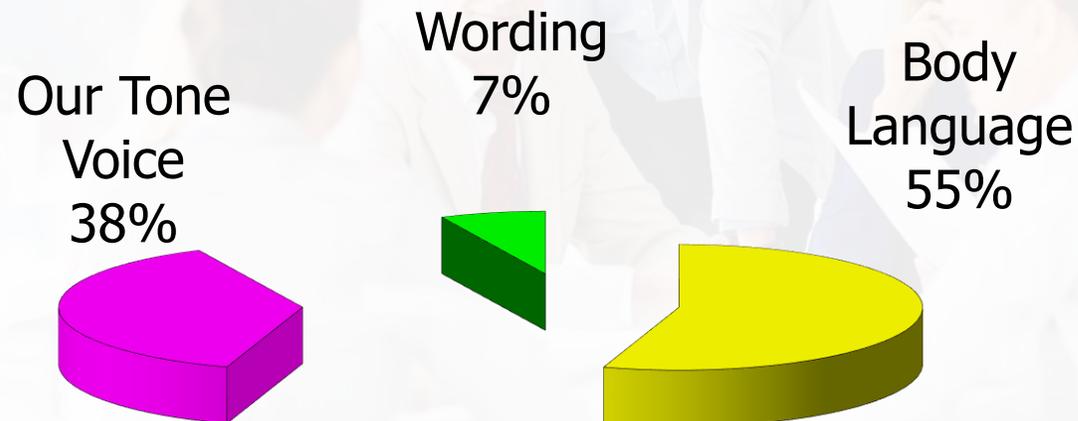


Due categorie di comunicazione:

- **interna** si riferisce allo scambio di informazioni, idee e messaggi all'interno di un'organizzazione tra dipendenti, team e reparti per promuovere la collaborazione, migliorare la produttività e garantire un funzionamento regolare
- **esterna**, riguarda la trasmissione di informazioni da un'organizzazione ai suoi stakeholder, tra cui clienti, azionisti, fornitori e pubblico, per costruire relazioni, promuovere prodotti o servizi e mantenere un'immagine positiva del marchio.



Nel modo in cui riceviamo le informazioni, il linguaggio del corpo gioca il ruolo più importante nello scambio di informazioni durante la comunicazione.



Per ricevere informazioni è necessario prestare attenzione sia al **tono di voce** che alle **parole specifiche** utilizzate, in quanto possono influenzare in modo significativo il significato inteso.

- Tono → cosa e come lo diciamo
- Le parole che usiamo - utilizzo di "immagini"
- Linguaggio del corpo

Il **tono della voce** si riferisce al modo in cui parliamo e al suono della nostra voce ed influenza la comunicazione. Vediamo alcuni esempi:

- **Quando incontriamo qualcuno:**
naturale, morbido, amichevole → cercando di costruire la fiducia
- **Quando facciamo un'argomentazione**
tono di voce positivo, energico e stabile
- **Durante un conflitto**
→ la calma rende una persona collaborativa
energico, positivo, caloroso e tranquillo
- **Chiudere una conversazione/presentazione**
energico, positivo, calmo e rilassato.

Le **caratteristiche della nostra voce** si riferiscono alle varie qualità e caratteristiche che vengono presentate attraverso la nostra espressione vocale. Queste caratteristiche possono trasmettere determinate emozioni, atteggiamenti e intenzioni dietro le nostre parole e sono:

- **Intensità** forte, basso
- **Tono** alto, basso, aggressivo, difensivo, sprezzante, apologetico, ecc.
- **Ritmo** tiene conto della punteggiatura
- **Timbro** morbido, duro, emotivo, metallico, ecc.
- **Velocità** lento, veloce, medio

Altre caratteristiche della nostra voce sono:

- **Atteggiamento** forte, debole, inconsapevole, semplice, ecc.
- **Enfasi** enfasi su parole specifiche
- **Intenzione** la voce rivela se si vuole o meno dire ciò che si sta dicendo

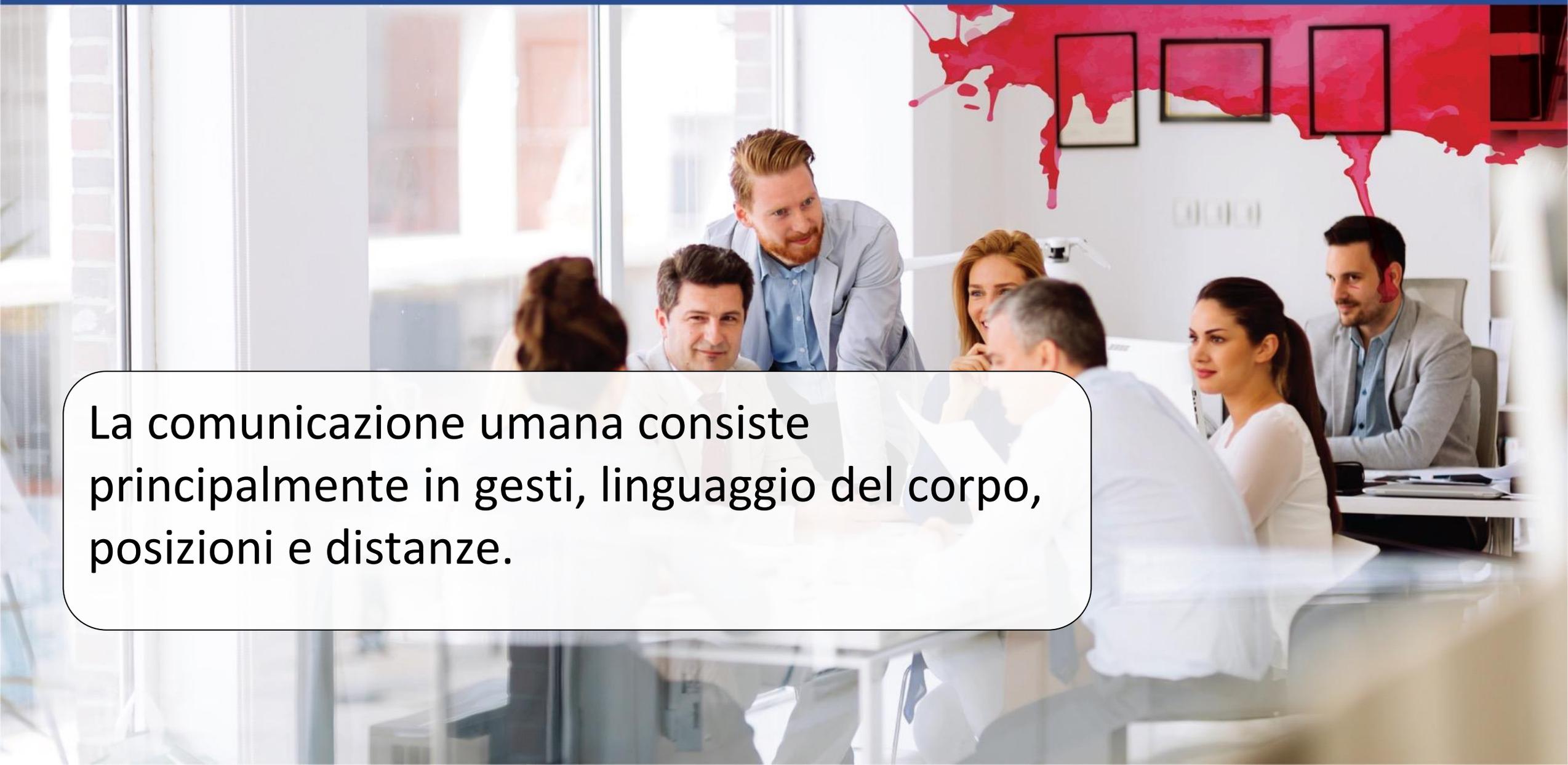
Come usare la voce per superare le aspettative dei clienti:

- Regolare l'intensità della voce
- Porre l'accento sulle parole o frasi importanti
- Usare i segni di punteggiatura, li scriviamo perché dobbiamo usarli
- Fate sentire l'altro alla pari, non usate un tono aggressivo o difensivo.

Come usare la voce per superare le aspettative dei clienti:

- Parlare chiaramente.
- Parlare in modo convincente.
- Siate vivaci. Assicuratevi di mantenere l'interesse dell'interlocutore.

Il linguaggio del corpo



La comunicazione umana consiste principalmente in gesti, linguaggio del corpo, posizioni e distanze.

Comunicazione non verbale



Ora è il momento di approfondire la **comunicazione non verbale** e il suo significato nelle nostre interazioni. Dal linguaggio del corpo alle espressioni facciali, gli indizi non verbali svolgono un ruolo cruciale nella comunicazione.

Il linguaggio del corpo è importante nella comunicazione telefonica?

Il linguaggio del corpo è importante nella comunicazione telefonica?

Il linguaggio del corpo è fondamentale per la comunicazione faccia a faccia.

Nella comunicazione telefonica può non essere direttamente osservabile, ma **può essere ascoltato** ed è quindi importante per una trasmissione efficace dei messaggi.

- Vi è mai capitato, mentre siete al telefono, di sentire che la persona con cui state parlando sta sorridendo, anche se non riuscite a vederla?
- Avete mai avuto la sensazione che l'interlocutore vi ignori e non cerchi di collaborare e aiutarvi?



Alcuni suggerimenti per la gestione del telefono:

- Sedetevi comodi e parlate normalmente. Pensare che l'interlocutore/cliente sia di fronte a voi.
- Non appoggiarsi mentre si parla
- Non avere un linguaggio del corpo negativo durante la comunicazione.
- Non girarsi sulla sedia

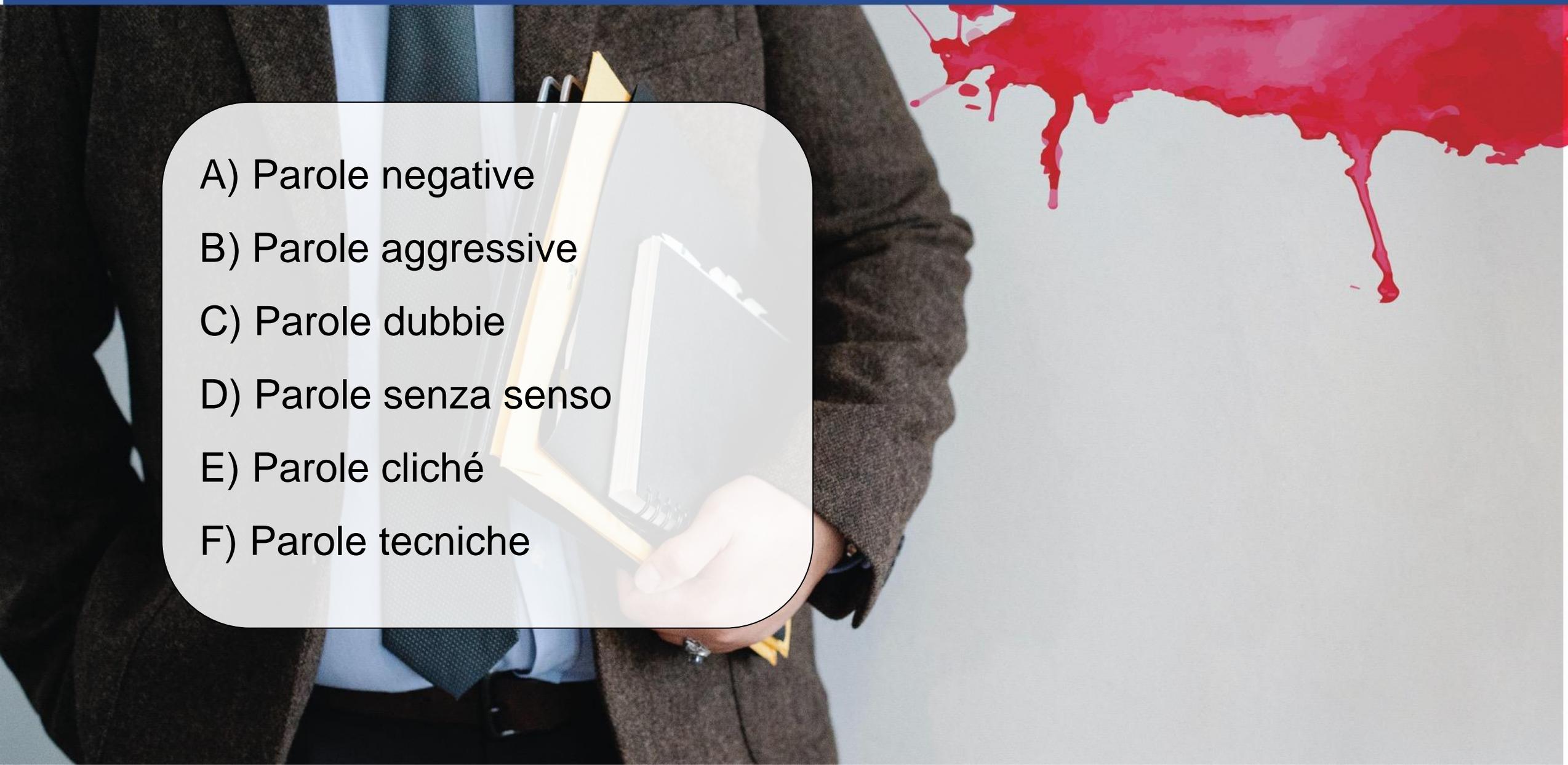
- Durante la comunicazione possiamo usare alcune **parole magiche** per riflettere i nostri valori, i nostri punti di forza e la nostra personalità.
- Incorporando queste parole magiche, mostriamo la nostra esperienza, le nostre capacità, la nostra ispirazione, il nostro percorso formativo, portando la nostra comunicazione a nuovi livelli.

Alcune parole che descrivono brevemente le caratteristiche e i vantaggi positivi di un prodotto o di un servizio.

- Efficace
- Sicuro
- Utile
- Unico
- Pratico
- Investimenti
- Personale
- Qualità

- Utile
- Immediato
- Affidabile
- Illimitato
- Provata
- Personalizzato
- Garanzia
- Profittevole
- Ridotto

Evita queste parole durante la comunicazione

- 
- A) Parole negative
 - B) Parole aggressive
 - C) Parole dubbie
 - D) Parole senza senso
 - E) Parole cliché
 - F) Parole tecniche

Vediamo alcuni esempi di espressioni positive e negative.

L'espressione **negativa** indica l'incapacità o il rifiuto di aiutare o soddisfare una richiesta.

L'espressione **positiva** indica il tentativo e la disponibilità ad aiutare o soddisfare una richiesta.

Espressioni Negative

Non posso aiutarti

Non puoi partecipare a questo programma

Non possiamo fissare un appuntamento

Questo è un problema

Espressioni Positive

Attendi un momento, per favore

Posso proporti alcune alternative

Possiamo organizzare un appuntamento per domani

Mi dispiace, ma c'è una difficoltà da gestire

Per **migliorare le capacità di comunicazione**, è fondamentale concentrarsi sul **miglioramento del vocabolario**, ecco alcuni modi:

- Ascoltare attentamente
- Leggere materiale più vario possibile
- Migliorare l'espressione
- Aggiungere nuove parole al proprio vocabolario
- Eliminare le parole improprie che non aiutano nella comunicazione quotidiana
- Evitare i cliché

Buone pratiche per gestire una situazione in cui il destinatario di una chiamata **non è disponibile**.

Se la linea è occupata, è necessario informare adeguatamente il chiamante:

"Grazie per aver atteso in linea signore/signora. Il signor Williams non è disponibile al momento. Desidera chiamare più tardi?"

Una comunicazione efficace attraverso i messaggi vocali richiede tecniche strategiche, eccone alcune:

- Prepararsi prima di sollevare il ricevitore
- Considerare l'ora della chiamata
- Indicare chiaramente il numero di telefono nel messaggio vocale
- il contenuto del messaggio deve essere conciso e mirato

Per concludere efficacemente una telefonata occorre valutare:

- Gli obiettivi sono stati raggiunti?
- Esiste un piano d'azione?

In caso affermativo, riassumere il piano d'azione ...e ringraziare l'altra persona per la telefonata



what	how	who	when

action plan

Ecco alcuni punti chiave da ricordare quando si ricevono messaggi al telefono.

- **sviluppare un modello per i messaggi telefonici:**
 - Includere il nome del chiamante
 - Nome della persona a cui è destinato il messaggio
 - Argomento
 - Ora e data
- **ricordare che:**
 - Le telefonate sono informazioni riservate
 - Il contenuto del messaggio non deve essere divulgato a persone diverse dal destinatario.
 - Anche le informazioni sul chiamante sono riservate e non devono essere divulgate o cedute a terzi

Quiz

Clicca sul pulsante **Quiz** per modificare questo oggetto

Qual è lo scopo principale dell'utilizzo efficace delle tecniche telefoniche?

- Per pubblicizzare esclusivamente prodotti
- Per evitare la comunicazione
- Risolvere i problemi e raggiungere i risultati desiderati
- Aumentare la durata della chiamata

Domande di riepilogo

Domanda 1

- Ricordare i principi principali di una comunicazione telefonica efficace, relativi alla struttura della telefonata, al tono di voce, all'uso di parole appropriate, ecc.

Domanda 2

- Spiegare i vantaggi e i limiti della comunicazione telefonica.

Domanda 3

- Identificare e descrivere le diverse fasi della telefonata (in entrata e in uscita) e le tecniche da utilizzare in ciascuna di esse.

Domanda 4

- Identificare parole e frasi positive e negative.

Domanda 5

- Identificare le strategie per migliorare il proprio vocabolario.

Domanda 6

- Spiegare perché il linguaggio del corpo è importante nella comunicazione telefonica.

Domanda 7

- Descrivere le informazioni chiave da prendere quando si effettua un messaggio telefonico.

Domanda 8

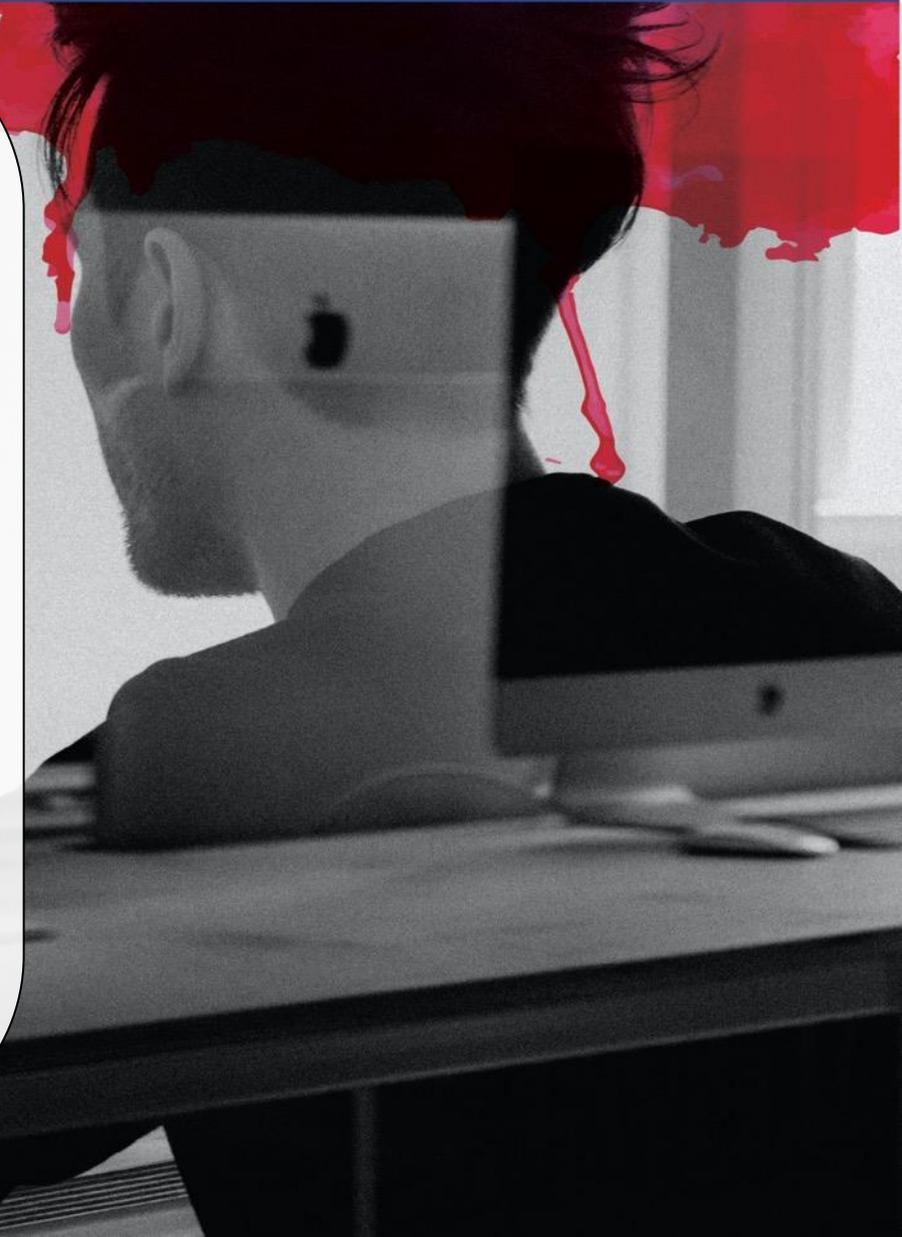
- Descrivere come le informazioni possano influire sulla riservatezza e sulla sicurezza e come gestire questi problemi, elencando esempi pertinenti.

Punto chiave 1

- I segnali non verbali sono più importanti di quelli verbali anche nella comunicazione telefonica.

Punto chiave 2

- Dobbiamo essere consapevoli della nostra comunicazione verbale, delle parole, delle espressioni, ecc. e della nostra comunicazione non verbale quando siamo al telefono, in particolare del tono di voce, dell'atteggiamento sorridente, ecc.





BEN FATTO!

Hai completato l'Unità 2.3



**Cofinanziato
dall'Unione europea**

Finanziato dall'Unione europea. Le opinioni espresse appartengono, tuttavia, al solo o ai soli autori e non riflettono necessariamente le opinioni dell'Unione europea o dell'Agenzia esecutiva europea per l'istruzione e la cultura (EACEA). Né l'Unione europea né l'EACEA possono esserne ritenute responsabili.

