

Umění telefonovat

Iain Maitland, z anglického originálu Make That Call! přeložil Jiří Sedlář, Computer Press, edice Rozvoj osobnosti, Praha 2000, 110 stran, 127 Kč, v češtině, ISBN 80-7226-350-1

I velice moderní firmy preferující internet a elektronickou poštu stále používají při komunikaci se svými obchodními partnery také telefon. Důvody mohou být různé: obchodní partner elektronickou komunikaci odmítá či pro ni není vybaven, potřebujeme okamžitou zpětnou vazbu nebo se telefonát jednoduše hodí v dané situaci více než jakýkoli jiný druh komunikace.

Možná si někdo řekne, že telefonovat umí a nepotřebuje k tomu návod. Jistě, zvednout sluchátko a vytočit číslo – na tom nic není. Kniha Umění telefonovat se zaměřuje na to, jak proces telefonování zdokonalit: vyřídit danou záležitost efektivně, slušně, hned napoprvé a s co nejlepšími výsledky.

Publikace je rozdělena do šesti kapitol. V první nalezne čtenář teoretické základy, v dalších již konkrétní příklady, jak by telefonáty měly (a také neměly) vypadat. Obtížné telefonáty autor rozděluje do dvou skupin, na odchozí (např. vymáhání pohledávky) a příchozí (např. stížnost na kvalitu zboží). V teoretické rovině na ani ne deseti stranách rozebírá, jak telefonát naplánovat, kdy a komu volat, jak vést rozhovor, co říci na začátek a co až na konec, jak klást otázky atd.

Ve druhé až šesté kapitole vždy naleznete konkrétní příklad telefonického rozhovoru a pod ním několik poznámek autora, které by se daly charakterizovat jako "proč takto a ne jinak". Názvy kapitol hovoří jasně o tom, jaké telefonní hovory jsou v knize obsaženy: telefonáty zákazníkům, telefonáty dodavatelům, rozhovory se zaměstnanci, osobní telefonáty a ostatní typy telefonátů.

Vezměme pro bližší prozkoumání kapitolu Telefonáty zákazníkům. Dozvíte se třeba, jak prezentovat žádost o představení firmy potenciálnímu zákazníkovi, jak si vyžádat reference na zákazníka, jak se pokusit dostat přes osobního asistenta/sekretářku či jak vymáhat pohledávku v různých stadiích nesplacení.

Kniha Umění telefonovat může nalézt uplatnění zejména u obchodních zástupců, pracovníků PR, ale i v osobním životě, neboť kapitola Osobní telefonáty se hodně zabývá tím, jak vést telefonáty pro získání zaměstnání.

Michal Prádka