Moscow
Business School
Leadership Energy

Оператор контактного центра. Работа с претензиями и эмоционально заряженными ситуациями

Формат обучения: Очно | Онлайн

Срок обучения: 1 день

Время проведения: ежедневно с 10:00 до 17:30

Дата начала: 26.09.2025

Выдаваемые документы: Удостоверение о повышении квалификации или Сертификат Moscow Business School

Программа обучения

День 1

Управление диалогом: структура, голос, влияние

- Логика управляемой коммуникации: как структурировать ответ так, чтобы не обсуждать детали, а вести к решению
- Модель «логика – эмоция – пауза»: техника подачи информации, повышающая воспринимаемость и уверенность
- Речевые шаблоны контроля разговора: фразы, которые переводят клиента в конструктив, задают рамку, возвращают инициативу
- Выход за скрипт: критерии и правила безопасного отклонения, чтобы не терять структуру диалога
- Методика «вершины»: приемы речевого давления без конфликта — как финализировать мысль, чтобы ее не оспаривали

Инструмент: набор шаблонов управляемых речевых конструкций (влияние, отсечение, возврат к сути)

Практикум «Упражнение «Речевая реконструкция»: один и тот же запрос клиента обрабатывается в 3-х вариантах – реактивно, нейтрально, управляемо. Сравнительный анализ и донастройка»

Позиция влияния: выстраивание психологических границ

- Работа с личными триггерами: что «цепляет» в клиентском диалоге
- Как незаметно теряется позиция — и как ее вернуть
- Внедрение формулы «гибкая рамка»: как быть в диалоге и мягким, и твердым
- Позиционная модель: «я — рамка разговора»

Инструмент: матрица «позиции и прогибов», карта личных триггеров

Практикум «Ситуационные диалоги с провокацией – возврат к рамке (по алгоритму)»

Диалог как сценарий: коммуникация по ролям и архетипам

- Модель архетипов клиента: обвинитель / спасатель / жертва / взрослый
- Техника «перехвата роли»: как безопасно перетянуть сценарий
- Как предугадывать, куда «поедет» разговор (скрипт-сценарий)
- Практика ментального штурвала: кто управляет диалогом — вы или клиент?

Инструмент: сценарная карта + шаблон перехвата управления

Практикум «Реконструкция реальных звонков – переигрывание с новой логикой ролей»

Дистанционная часть (факультативно)

Видеокурс «Психология деловых отношений»

- Деловое общение
- Ключевые компетенции деловых лидеров
- Эмоциональный интеллект как фактор успеха в построении деловых отношений
- Стратегии поведения участников деловых отношений
- Ассертивность
- Средства общения
- Модель поведения в процессе общения. Транзактный анализ
- «Пристройка» в деловом общении
- Модель партнерской коммуникации GROW

Видеокурс «Навыки эффективного общения: совещания, презентации, переговоры»

Программа

- Деловые совещания: классификация, правила подготовки и проведения
- Презентация: основные идеи, требования и правила подготовки
- Вербальный, невербальный компонент в презентации
- Определение и суть переговоров
- Место переговоров в процессе делового общения
- Стратегии проведения переговоров
- Условия достижения успеха в переговорах
- Параметры подготовки к переговорам
- Принципы проведения переговоров

Видеокурс «Основы управления проектами»

- Управление проектами как процесс

- Жизненный цикл проекта: предиктивный, адаптивный, циклы ИТ-проектов
- Гибридизация жизненных циклов
- AGILE-подходы к управлению проектами. Принципы и методы SCRUM
- Организация проектных команд. Функции SCRUM-мастера
- Принципы и инструменты Kanban, Lean, Kaizen
- Менеджмент качества и специфика системы 5S
- Цели и задачи проекта. Основы планирования и риски

Видеокурс «Деятельность менеджера: функции, роли, компетенции»

- Роль менеджера в компании
- Понятие и обеспечение «управляемости». Внутренний клиент
- Функционал менеджера. Структура обязанностей
- Планирование и целеполагание: методики, расчет временных затрат
- Виды мотивации сотрудников. Основные риски при выборе системы
- Формирование работающей обратной связи
- Контроль исполнения задач: инструменты и базовые ошибки
- Делегирование полномочий без потери качества
- Индивидуальная модель компетенций менеджера

Видеокурс «Контент стратегии для создания и развития бренда»

Маркетинговые стратегии и планы

- Этапы развития маркетинга — современная маркетинговая концепция
- Основные функции и задачи маркетинга в компании
- 7 блоков маркетингового анализа
- Источники информации по основным блокам и ее достоверность
- 6 этапов маркетингового плана
- Структура блоков и порядок разработки
- Аудит маркетинга: алгоритм проведения
- Оценка эффективности маркетинговых мероприятий по финансовой модели

Инструменты контент-маркетинга

- Понятие и сущность контент-маркетинга
- Формирования информационного поля бренда
- Взаимосвязь контент-маркетинга и пиар-стратегии
- Каналы и инструменты контент-маркетинга: подробный обзор
- Работа с аудиторией: холодная, теплая, горячая
- Настройка ретаргетинга
- Виды и уровни сложности контента для ЦА
- Стратегия контент-маркетинга
- Формирование воронки продаж
- Метрики измерения эффективности контент-маркетинга

Основы бренд-менеджмента

- Составляющие бренда и его значение
- Основы бренд-менеджмента: правило 4P
- Формирование инфополя бренда
- Как измерить эффективность: ключевые показатели
- 5 уровней реализации бренд-плана
- Девизы и описания: определение сущности бренда
- Реализация и использование сущности
- Визуализация идеи. Позиционирование
- Построение пирамиды потребителей
- Правила нейминга и брендбука
- Показатели «здоровья бренда»
- Рекламная стратегия и продвижение