

KOMUNIKACIJSKA ODLIČNOST V POSLOVNI ASISTENCI

Spoznavajmo potrebe strank

Od poletja velja razpis za komunikacijsko odličnost v poslovni asistenci, ki ga podjetje Planet GV izvaja skupaj s partnerskim podjetjem Skrivnostni nakup. Letos novembra bodo v sklopu 17. strokovnega posveta za vodje pisarn Kaj mora vedeti dobra tajnica priznanja trem najboljšim podelili že peto leto zapored.

■ PETRA ILAR



Komunikacija je ena najpomembnejših nalog poslovnih sekretark, asistentk in tajnic, zato ni nepomembno, kako jo obvladajo. Strokovni ocenjevalci prijavitelne kandidatke preverjajo po metodi skrivnostnega klica ((angl. *Mystery Call*), prilagojenega njihovemu poklicu. **Natalia Ugren**, direktorica podjetja Skrivnostni nakup, meni, da so možnosti in priložnosti za izboljšanje tudi na tem področju velike. Ko nekdo ve, kje so njegove prednosti in kaj bi moral še izboljšati, je rešitev na dlani.

Kaj pomeni, da je nekdo odličen v komunikaciji? Kaj se preverja, ko se ocenjuje njegova komunikacija?

Posameznik je odličen, če optimalno izpelje komunikacijo v zadovoljstvo vpletenih. Za preverjanje prijaznosti in strokovnosti osnovne telefonske komunikacije uporabljamo raziskavo *Skrivnostni klic*, ta pa se v nadaljevanju lahko tudi dopolni s preverjanjem drugih oblik poslovne komunikacije. Na podlagi telefonskega klica ocenjujemo osem

kategorij: odzivnost, pozdrav, razpoloženje, nagovor stranke, poslušnost, spoznavanje potreb stranke, slovo in ustrežljivost.

Ali lahko govorimo o »komunikacijski inteligenci« – se pravi, da ima posameznik že prirojeno sposobnost ustrezne, odlične komunikacije – ali gre za veščine, ki se dajo priučiti?

Ne, nikakor ni prirojena. Vse se da naučiti. Lahko se posnamemo med pogovorom in čim bolj samokritično preverimo, kje so naše pomanjkljivosti, in jih skušamo izboljšati.

Ko ste z metodo skrivnostnega klica ocenjevali komunikacijski odziv slovenskih poslovnih sekretark in asistentk ..., kaj konkretno ste ugotovili?

Na splošno so se najbolj odrezale pri poslušanju stranke, odzivnosti, pri čemer merimo, kolikokrat je bilo treba poklicati in kolikokrat je zazvonil telefon, da se je na drugi strani kdo oglašil, pri ustrežljivosti, pri čemer šteje pripravljenost pomagati z dodatnimi informacijami, in pri razpoloženju. Možnosti za izboljšanje pa so v kategorijah:

- pozdrav, pri katerem je največkrat slišati le ime podjetja, pozdrav zaposlene pa le deloma;
- nagovor stranke, pri katerem je pomembno, kako poslovne asistentke nagovorijo klicatelje, potem ko so jih pozdravile in povedale ime podjetja;
- slovo se nanaša na to, kako se poslovijo od sogovornika.

Največja priložnost za takojšnje izboljšave je na področju spoznavanja potreb stranke. Pri tem so sodelujoče lani dosegle le 3,33 odstotka točk. Gre za to, koliko so se zares pozanimale za težave sogovornika, da bi mu lažje svetovale.

S čim lahko izboljšamo poslovno komunikacijo

Odzivnost:

- kolikokrat pozvoni, preden se oglasimo;
- ali smo na delovnem mestu, ko nas nekdo kliče/išče;
- če prevezujemo, upoštevajmo število zvonjenj od prevezave k želeni osebi; če je ni, po nekaj klicih prevzemimo klicatelja nazaj, se mu opravičimo in prosimo za njegove kontaktne podatke, da mu bo lahko vrnila klic.

Pozdrav: pozdraviti moramo z dober dan, povedati ime podjetja ter svoje ime in/ali priimek.

Razpoloženje: v barvi glasu se čuti, ali smo dobre volje, nasmejani; povprečna volja ni dovolj; k telefonu si postavimo ogledalo in se nasmehujemo – tako bo naš odziv odličen. Nagovor stranke: sprašujemo z odprtimi vprašanji, recimo *Prosim, kako vam lahko pomagam?* Odziv v stilu *Želite, prosim?* je povprečen, tišina pa sploh ni primerna.

Poslušnost: stranko najprej poslušamo, ne da bi ji segali v besedo.

Spoznavanje potreb stranke: koliko skušamo odkriti dejanske potrebe in želje stranke? Dobro je, da ji zastavimo dve do tri odprta podvprašanja, recimo *Kaj točno vas zanima*, in pomagamo pri nadaljnjih aktivnostih, da jo denimo prevezemo k pravi osebi, ji svetujemo v zvezi s ponudbo, vzamemo njene kontaktne podatke in ji vrnemo klic, ko dobimo več informacij ...

Slovo: lep in priazen pozdrav v slovo je zelo pomemben, naj gre za konec pogovora ali prevezavo k drugi osebi. Ne smemo pa ostati brez besed. Lep primer slovesa: *Lep dan še naprej. Pokličite, če bi potrebovali še kaj.*

Ustrežljivost: moramo biti ustrežljivi, prijazni, pripravljeni pomagati in samoiniciativni, da stranka podatkov ne vleče iz nas.