

Progetto TUSCOFAS

D.4.2.3 Formazione metodi e tecniche di comunicazione



Regione Toscana



REPUBBLICA ITALIANA



Unione Europea

- La Comunicazione
 - Atteggiamento
 - Obiettivi
 - I livelli della comunicazione
- Le chiamate in entrata
- Le chiamate in uscita

COMUNICAZIONE

Quante volte ci capita di non essere compresi o ascoltati durante una conversazione?
E' sempre colpa di chi non ci ha dato quell'attenzione che meritiamo ?

La comunicazione è un dare e un avere e l' **80%** del successo di una comunicazione dipende da chi parla.

Anche quando ascoltiamo siamo sempre sicuri di "ascoltare" e non di "sentire" più semplicemente?

"La comunicazione non è una questione di parole: le parole sono solo una parte, il resto è sentire profondamente le esigenze dell'altro...."

Ancora più difficile è farlo al telefono dove la nostra conversazione affinché risulti più efficace è necessario che non duri più di 3 minuti.

Tanto è, infatti, il tempo necessario affinché il nostro interlocutore ci presti attenzione; dopo spesso si perde nei suoi pensieri e non ci ascolta più o non con quell'attenzione necessaria.

COMUNICAZIONE TELEFONICA



consulenza direzionale
e servizi integrati

Tutti usiamo il telefono: a casa, in ufficio, il cellulare, ma quanti lo usano veramente per “comunicare efficacemente” ?

Quando due persone sono in sintonia, sono amici o familiari, l’uso del telefono è sicuramente più “naturale”; ma quando siamo in ufficio tutte le volte che sentiamo squillare (tutto il giorno, a tutte le ore, per tutta la settimana ecc...) pensiamo: “Chi sarà lo scocciatore adesso... proprio ora che avevo questa trattativa importante... o ancora ... ora mi sto rilassando, sto facendo quel lavoro che avevo fermo da settimane e quindi non rispondo!!!”

Invece, il telefono, se usato correttamente, è lo strumento più potente per vendere, per migliorare la nostra attività e per prestare servizio.

ATTEGGIAMENTO MENTALE



consulenza direzionale
e servizi integrati

Prima di effettuare qualsiasi telefonata in uscita o rispondere al telefono occorre assumere un certo atteggiamento mentale.

Per esempio, se quando andiamo a comprarci un oggetto nuovo (per. es. un paio di scarpe) uscissimo di casa senza voglia o magari arrabbiati o lagnosi?

Tutti i negozi dove entriamo non ci piacciono, i commessi sono odiosi, e le scarpe sono strette, di colori fuori moda etc. etc ! Morale: è meglio tornare a casa!!

Allora è meglio iniziare la nostra giornata lavorativa con un sorriso, lasciando le preoccupazioni a casa. Se abbiamo un problema angustiarsi non ce lo risolve.

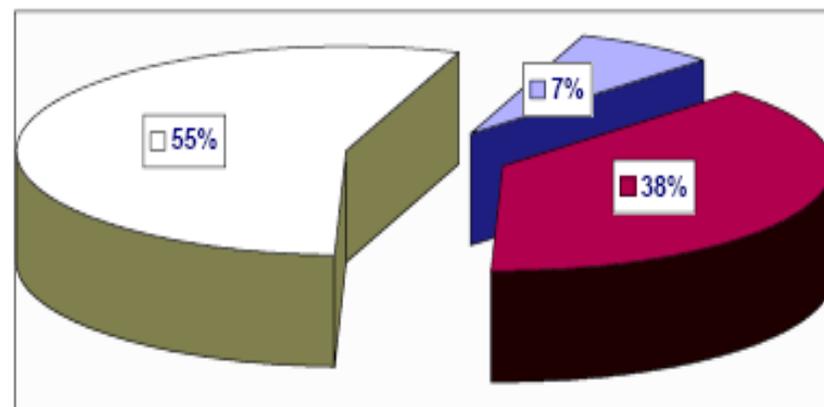
- 1) Occorre : **atteggiamento mentale positivo** credere che la nostra giornata, i nostri risultati andranno a buon fine.
- 2) Trasformare la nostra **credenza personale** da negativa (limitante) in positiva (potenziante)..

OBIETTIVO

- Essenziale per migliorare il nostro atteggiamento, è chiarire l'obiettivo. Cioè qual è lo scopo della telefonata e cosa ci prefiggiamo : un appuntamento, la vendita di un prodotto, la presentazione di un nuovo punto vendita ecc.
- Pensate se decidessimo di fare un viaggio e andare a Roma. Ci andiamo per turismo o per lavoro? Quando dobbiamo partire (che giorno, ora..) ? e con che mezzo: a cavallo, a piedi, in auto, in treno o meglio ancora in aereo?
- Da ciò si evince che l'obiettivo, lo scopo, è fondamentale

TRE LIVELLI DI COMUNICAZIONE

La comunicazione non è fatta solo di parole, ma anche di gesti e voce. E quando si parla di prima impressione, non è tanto quello che diciamo che conta, quanto "come" lo diciamo.



■ VERBALE ■ PARAVERBALE □ NON VERBALE

TRE LIVELLI DI COMUNICAZIONE

- **VERBALE** – le parole che diciamo.



- **PARAVERBALE** – voce, ritmo, tono, intensità, paus volume, velocità



- **NON VERBALE** – postura, gestualità, sguardo, mimica facciale.



TRE LIVELLI DI COMUNICAZIONE



consulenza direzionale
e servizi integrati

- Durante una conversazione telefonica non avendo la possibilità di esprimerci con il ***non verbale*** dobbiamo utilizzare bene il ***verbale*** o il ***paraverbale***.
- E' il nostro atteggiamento quello che determina il successo o l'insuccesso della conversazione.
- Vediamo come possiamo migliorare anche l'atteggiamento esteriore.

SORRISO

- Il sorriso riscalda il cuore di chi ci vede o ci sente (perché al telefono si sente).
- Manteniamo sempre il sorriso! Ci da modo di migliorare il tono, il ritmo ecc.
- Regalare un sorriso non costa niente.



DINAMISMO ED EFFICACIA

Al telefono cambiano i rapporti tra il **verbale (16%)** e il **paraverbale (84%)**.

Energia ed entusiasmo sono basilari per le nostre conversazioni.

Il tono, il ritmo, l'intensità e il volume trasformano la nostra telefonata facendoci realizzare l'obiettivo che ci siamo prefissi.

La tonalità ben modulata produce un ascolto attivo dall'altra parte.

Le pause rispecchiano il nostro ascolto attivo, mostrando interesse e dando importanza al nostro Cliente.

L'inflessione o l'accento non deve essere marcato. Moderato suscita simpatia, troppo ci distanzia dal nostro interlocutore.

Una postura fisica eretta ci permette di usare meglio la nostra voce.

CHIAMATE IN ENTRATA



Il valore dell' **accoglienza telefonica** è dare la prima "buona impressione" al nostro Cliente.

Il servizio inizia con il telefono.

Il telefono è una fonte di profitto. Imparare ad usarlo nel modo giusto può far raggiungere risultati importanti alla nostra azienda.

Prima cosa: non lasciar squillare più di tre volte il telefono, dall'altra parte si possono creare giudizi negativi.

CHIAMATE IN ENTRATA

1) Comportamento

- Fondamentale, prima di mettersi al telefono, è la nostra preparazione : atteggiamento mentale, il sorriso....

2) Presentazione

“Buongiorno è la XXXXX..... sono Come posso esserLe utile?”

3) Identificazione

- Chiedere informazioni personali
- Altre informazioni si ottengono durante la conversazione
- Alla fine possiamo chiedere al massimo una informazione.

4) Valorizzazione

- chiedere anche il nome di battesimo
- ripeterlo durante la conversazione
- non passare la telefonata ad un Collega senza prima essersi accertati di identificare il nostro interlocutore.

5) Chiusura

- Tagliare usando i verbi in tempo passato: “Mi ha fatto piacere sentirla....”
- Stringere mirando all'accordo: “Bene, Le invio la merce il giorno”

DURANTE LE TELEFONATE



ASCOLTO ATTIVO

- Rispettare il nostro interlocutore ricordandosi che prima di essere un Cliente, è una persona, un essere umano con le sue impressioni, sensazioni, emozioni, è fondamentale.
- Ascoltare vuol dire prestare attenzione!!!

Ascolto attivo significa impegnarsi a individuare:

- 1) Contenuto del messaggio – dati, parole, fatti, informazioni..
- 2) Potenziali barriere della comunicazione.
- 3) Stati emotivi.

DURANTE LE TELEFONATE

Durante una conversazione telefonica impariamo a :

- *chiedere e non a supporre*
 - *Interpretare i bisogni*
 - *Dare feedback.*
- Durante l'ascolto è necessario dare **feedback**: dare prova di sentire, capire, comprendere, vedere tutto ciò che il nostro interlocutore ci dice. La comunicazione è un processo a due vie: il feedback è quella del ritorno verso il nostro interlocutore.

DURANTE LE TELEFONATE

Interpretare i bisogni vuol dire sentire, ravvisare e percepire ciò che il nostro interlocutore ci dice.

Se non ***chiediamo***, possiamo solo ***supporre*** il contenuto di ciò che una persona vuole dire.

L'ascolto attivo è utile per:

- Ottenere nuove informazioni;
- Confermare e chiarire quelle già acquisite;
- Mostrare interesse e attenzione;
- Coinvolgere il Cliente;
- Instaurare o migliorare i rapporti;
- Pilotare la conversazione.

DOMANDE

- E' indispensabile **DOMANDARE** per ascoltare attivamente e per interpretare i bisogni.
- Si utilizzano ***domande chiuse*** per acquisire statistiche, dati, corretta presa di ordini o anche quando il nostro interlocutore è timido o esitante ad esporsi. Allora le domande chiuse, specialmente all'inizio, servono per sciogliere il disagio, mantenere il controllo della telefonata senza andare fuori argomento, verificare la corretta comprensione del nostro Cliente, e così via.
- Le ***domande aperte*** invece si adoperano quando abbiamo la necessità di recepire informazioni, opinioni, mettere a suo agio l'interlocutore ecc. Queste ci consentono di acquisire informazioni sulla *mappa* del Cliente, sul suo modo di veder il mondo.
- Occorre fare un giusto dosaggio fra le due tipologie di domande.

- **Il modo migliore per rispondere è ascoltare con attenzione.** Spesso ascoltando bene la domanda si comprende qual è la risposta più adatta.
- Definire all'inizio il nostro obiettivo, conoscere le caratteristiche del destinatario, stabilire il contenuto della comunicazione a priori, usare un linguaggio comprensibile e analizzare il *feedback* sono tutte azioni fondamentali per fare una comunicazione efficace e per rispondere con competenza.
- Prendere nota, agire, offrirci di richiamare, sono tutte iniziative che ci consentono di migliorare e fronteggiare le domande o le obiezioni.

OBIEZIONI

Le obiezioni sono manifestazioni di stati di ansia, dubbi, opinioni o riserve. Anche chi deve o vuole decidere solleva obiezioni.

Non abbiamo paura di un'obiezione, occorre imparare ad usarla!

Senza smettere di ascoltare ("dicono tutti la stessa cosa..."), o reagendo attaccando il nostro interlocutore (come un incontro di lotta libera), occorre usare chiarezza, serietà e usare la forza contenuta nell'obiezione stessa per rafforzare le nostre argomentazioni.

Chiedere, chiedere, chiedere e non supporre!

ASCOLTARE fino in fondo e non usare termini che ci mettono in contrasto con il Cliente.

Occorre mettersi dal punto di vista di chi solleva l'obiezione: non ci conosce, non si fida di chi rappresentiamo o del prodotto che offriamo. E' normale che reagisca.

OBIEZIONI

- L'importante è come rispondiamo noi!
- Quando un Cliente reclama, parliamo lentamente e con tranquillità, evitiamo di usare espressioni tragiche e non prostriamoci con ripetute scuse, non siamo negativi noi per primi "I nostri peggior nemici, siamo noi!".
- Usare **DOMANDE DI SPECIFICAZIONE** per capire meglio, prendere nota delle informazioni e se abbiamo già la soluzione al problema ... **passare all'azione!!**
- Se c'è necessità stabiliamo con il Cliente giorno e ora in cui possiamo richiamare dando segno di efficienza e di serietà.

OBIEZIONI

Ma, però, comunque, no, perché ecc.. hanno la funzione di contrapporre, mettere in dubbio ciò che è stato detto.

Evidenziano che non siamo d'accordo. E così facendo, abbiamo messo le cause per perdere il Cliente.

"Capisco quello che mi sta dicendo... ed è per questo che.." si rivela la soluzione migliore per rispondere e rilanciare.

Ogni essere umano ha la sua **"mappa"**, cioè il suo modo di vedere, la sua percezione della vita e di tutto ciò che lo circonda.

Rilanciare vuol dire **RICALCARE LA MAPPA** del nostro interlocutore(mettersi nei suoi panni), farla nostra per chiarire e rafforzare le nostre argomentazioni.

Così entriamo in empatia con il nostro Cliente, che si sentirà compreso e sicuramente diverrà il nostro miglior alleato.

OBIEZIONI

Nella gestione delle obiezioni riassumendo:

- **Ascolto attivo;**
- **Domande di specificazione;**
- **Ricalco;**
- **Guida.**

SCRIPT

L'utilizzo di un **copione di telefonata** che riporta le minute, parola per parola, può aiutarci ad essere più efficaci.

La preparazione è un sintomo di professionalità.

Può essere su carta o scorrere su schermo.

Deve contenere tutto il contenuto della nostra telefonata.

Si compone di due parti:

1) Il **dialogo**

2) le **obiezioni** e le successive risposte.

Ognuno deve costruirsi e personalizzarsi il suo **"script"**.

Scegliere la formula migliore e attenersi esclusivamente a quella.

Lo **"script"** serve ai principianti per imparare bene e ai professionisti per continuare ad esserlo.

SCRIPT



consulenza direzionale
e servizi integrati

Per costruirlo è necessario tenere conto di :

- Iniziare ricordando il nostro **obiettivo**;
- Individuare un **pubblico** ben preciso;
- Stilare la **conversazione** parola per parola;
 - A: **attenzione** – stretta di mano, presentazione, identificazione;
 - I: **interesse**;
 - D: **desiderio**;
 - A: **accordo**;

CHIAMATE IN USCITA

A.I.D.A è acronimo della tecnica per gestire efficacemente una conversazione telefonica.

- **A** : attirare l'**ATTENZIONE**
- **I** : suscitare **INTERESSE**
- **D**: provocare **DESIDERIO**
- **A**: arrivare all'**ACCORDO**

Pensiamo a come siamo abituati a rispondere al telefono: "Pronto.. sì... è la Ditta XYZ...ecc." Ma pronto per cosa?

ATTENZIONE

A: attirare l'ATTENZIONE

Ricordiamo che:

non c'è mai una seconda occasione per fare un'ottima prima impressione!

Se avessimo una persona davanti cosa faremmo come prima cosa?
Gli daremmo la mano salutandolo con un augurio.

- "Buongiorno, (tono e sorriso) sono *Nome E Cognome* della Ditta xxxxxxx Lei è il Sig. Tal dei Tali?
- Ed è Lei Sig. Tal dei Tali che si occupa degli acquisti per la Sua Azienda? Ecc. ecc.."

Cosa abbiamo fatto in questa breve conversazione?

ATTENZIONE

- 1) **Stretta di mano/augurio;**
- 2) **Presentazione** (noi e l'Azienda che rappresentiamo);
- 3) **Identificazione dell'interlocutore;**
- 4) **Verifica della funzione** (che svolge all'interno dell'Azienda).
Questo fa sì che non si perda tempo e che si parli con la persona giusta che ci servirà allo scopo che ci siamo prefissi;
- 5) **Valorizzazione del nostro interlocutore** (ripetendo il suo nome);
- 6) **Coinvolgimento nel discorso** – con domande sia aperte che chiuse;
- 7) **Ritmo del dialogo** (tono di voce/ velocità/pause/volume/intensità);

I: suscitare INTERESSE

- Cosa si potrebbe dire per poter suscitare l'interesse nel nostro interlocutore? Quali argomenti? E' utile spiegare tutte le caratteristiche per filo e per segno del prodotto/servizio al nostro Cliente?
- Per rispondere a tutte queste domande per prima cosa dobbiamo imparare a metterci nei panni del Cliente.
- Quando andiamo a comprare qualsiasi cosa, la scelta di un oggetto anziché un altro proviene dalle emozioni che quella determinata cosa suscita in noi.
- Non è l'averne quel determinato oggetto per il semplice gusto del possesso, ma cosa ci fa provare il guardarlo, il toccarlo o il sentire l'odore. Pensiamo a un profumo, alla sua confezione e cosa ci provoca il suo odore, o magari alla nostra automobile dei sogni, il colore, la linea, il profumo di nuovo quando entriamo, lo stereo che ci fa sognare la nostra musica preferita, e così via.

INTERESSE



consulenza direzionale
e servizi integrati

I: suscitare **INTERESSE**

- Non sono le caratteristiche tecniche dell'automobile che ci colpiscono, ma i vantaggi del suo uso (status symbol, uso per una famiglia numerosa, correre, risparmiare, ecc.), quindi le motivazioni dettate dalle nostre emozioni.
- L'esercizio che dobbiamo imparare a fare è **tradurre le caratteristiche in vantaggi**. Pensiamo a dei vantaggi economici, morali e fisici e proviamo ad individuarli nel nostro prodotto/servizio.
- **VANTAGGIO** = beneficio, profitto, benessere, aiuto, soluzione, risultato, miglioramento della condizione, cultura, passatempo, guadagno, risparmio di tempo e molti altri.
- Nell'identificare un'attrattiva del nostro prodotto/servizio, dobbiamo assicurarci che sia veramente interessante per gli altri.
- Dobbiamo avere l'atteggiamento di **ascoltare attivamente**, di domandare per non supporre e di imparare a comprendere i bisogni del nostro interlocutore (ricordando che le motivazioni sono sempre personali).

DESIDERIO

D: provocare DESIDERIO

Analizzando le ragioni che ci spingono ad acquistare ci accorgeremmo, che contrariamente a quel che si crede, noi non compriamo il prodotto, ma le immagini legate al suo uso, l'idea di una condizione migliore, il sogno di possederlo.

Al telefono è fondamentale riuscire a trasformare le parole in immagini. Agiamo di fantasia, facciamo associazioni positive.

E' fondamentale in questa fase della telefonata, agire bene sul nostro tono di voce e sulle parole.

Il nostro cervello va per associazione per cui per trasferire un sogno è necessario servirsi di parole che stimolano i sensi.

Esistono parole che riportano alla memoria emozioni aiutandoci a riviverle attraverso i cinque sensi.

DESIDERIO

D: provocare **DESIDERIO**

Esse sono per esempio:

- **Vista** - chiarire, colore, inquadrare, brillante, occhiata, guardare, focalizzare, evidenziare, apparire, riflettere ecc.
- **Udito** – sentire, ascoltare, musica, musica, audio, dire, sintonia, parlare, accordo, suono ecc.
- **Tatto** – toccare, spingere, premere, percepire, emozione, morbido, sensibile, abbraccio, carezza ecc.
- **Olfatto** – profumo, arioso, odorare, respiro, ventilare, delicato ecc.
- **Gusto** – mangiare, gustare, succulento, dolce, assaporare, luculliano, gustare, primizia ecc.

Individuati i vantaggi, occorre tradurli in immagini.

ACCORDO

A: arrivare all'ACCORDO

Arrivare a un accordo significa ottenere un impegno. Come possiamo fare per raggiungere il nostro risultato?

Abbiamo fatto la nostra telefonata seguendo il percorso di attirare l'attenzione, suscitare interesse, provocare interesse e se adesso suggeriamo *noi* "ci pensi e poi mi faccia sapere", quale sarà la reazione del nostro interlocutore?

Riattacca il telefono e non lo sentiremo più. Siamo stati presi dal panico del rifiuto e abbiamo dato per scontato che non siamo stati convincenti.

Per timore di ricevere un no, abbiamo rinunciato noi.

ACCORDO

A: arrivare all'ACCORDO

Per chiudere positivamente la nostra telefonata dobbiamo prima di tutto ricollegarci al nostro atteggiamento mentale positivo: dare per certo che il nostro risultato è già raggiunto.

Come potevamo agire diversamente?

Chiedendo.

Se non chiediamo come facciamo ad ottenere il nostro accordo.?

Occorre chiedere nel modo corretto è professionale.

In fondo le risposte possono essere solo due: si o no! E più chiediamo più "si" potremmo ottenere.

ACCORDO

Potremmo dividere le persone in tre categorie: ***positive, negative e neutre.***

Quelle positive non hanno bisogno del nostro incoraggiamento, quelle negative sarà difficile che cambino idea, ma su quelle neutre il nostro atteggiamento è fondamentale.

Manifestando la nostra sicurezza aiutiamo ed entriamo in empatia anche con quelle persone che sono indecise per natura.

Pertanto , formuliamo domande positive, magari proponendo un'alternativa:
"Preferisce che il sopralluogo avvenga la mattina o il pomeriggio?"

A questo punto **riconfermiamo** l'accordo (appuntamento, vendita, servizio ecc.) verificando: orari, indirizzo, numero telefonico e così via.

ACCORDO



Chiuderemo la nostra telefonata rispettando *tre tempi*:

- **saluto**
- **ringraziamento**
- **augurio**

"Arrivederci, Sig. Tal dei Tali la ringrazio e Le auguro buona giornata!"

LA COMUNICAZIONE AL TELEFONO

- 1. Introduzione**
- 2. Galateo al telefono**
- 3. Suggerimenti per...**
- 4. Esercizi**
- 5. L'alfabeto telefonico internazionale**

TELEFONO

Sostantivo: Uno strumento che permette di comunicare a distanza trasformando la voce e/o altri segnali sonori in impulsi elettrici, riconvertendo onde in segnali.

Verbo: Parlare al telefono

Sinonimi: chiamare, telefonare a, rispondere al telefono,

Idiomi: fare uno squillo a qualcuno, fare un colpo di telefono,

Etimologia: La parole Tele proviene dalla parola greca "Tele" che significa lontano, in lontananza, mentre la parola „fono" proviene dal greco "phon" e significa voce, rumore.

GALATEO AL TELEFONO

COME PARLARE

- La vibrazione e il colore della propria voce sono molto importanti. Parlare con una voce piena e vibrante. Sorridi con la voce
- Modulare il tono per essere incisivo. Più melodioso che monotono.
- Parlare in maniera moderata ma un po' forte in una velocità moderata e variarla per avere una giusta enfasi.

QUANTI SQUILLI SONO PERMESSI?

- Rispondere al telefono non più del terzo squillo.
- Terminare qualsiasi altra conversazione o attività durante la telefonata per esempio: bere, mangiare, masticare, battere a macchina o altre attività che possono disturbare la telefonata

COME ACCOGLIERE I CLIENTI AL TELEFONO

- Dire il nome e cognome. Identificare l'ufficio.
- Per i chiamanti può essere il primo contatto d'azienda. Il telefono è uno dei canali più potenti sia per trasmettere una positiva immagine di sé e sia per raggiungere un eccezionale grado qualitativo nei servizi al cliente. I primi secondi influenzeranno positivamente o negativamente, l'interlocutore. Questa prima impressione rimarrà presente a lungo al chiamante anche dopo il termine della chiamata.
- In caso di trasferimento, prima di trasferire la chiamata, occorre essere sicuro, di spiegare al chiamante che sarà trasferito e comunicargli l'interno a cui sarà trasferito

RISPONDERE AL TELEFONO

- Pronto, l'azienda XXX, Buongiorno,
- Pronto, l'azienda XXX, come posso aiutarla?
- Pronto, l'azienda XXX, sono *Nome e Cognome*
- Pronto, Buongiorno, sono *Nome e Cognome* dell'azienda XXX

Come accogliere i clienti al telefono?

Dai il tuo nome e cognome
Identifica il tuo ufficio



SUGGERIMENTI PER...

CHIEDERE IL NOME DEL CHIAMANTE

- Pronto, con chi parlo?
- Chi parla, per favore?
- Chi devo dire chi sta chiamando?
- Mi può dare il suo nome per favore?
- A chi posso lasciare il messaggio?

CHIARIMENTI SUL NOME DEL CHIAMANTE

- Può scandire il suo nome, per favore?
- Come scandisce il suo nome?
- Le dispiace scandirlo, per favore?

SUGGERIMENTI PER...

CHIEDERE A QUALCUNO DI RIPETERE

- Mi dispiace, non ho sentito ciò che ha detto.
- Mi dispiace, non la sento. La linea è disturbata.
- Mi dispiace, la linea è disturbata. Potrebbe parlare piú forte, per favore?
- Potrebbe parlare un poco piú lentamente, per favore?
- Non le dispiace ripetere, per favore?
- Può ripetere il nome della sua società per favore?
- Può ripeterlo, per favore?
- Può rileggermelo, per favore?

SUGGERIMENTI PER...

TRASFERIRE UNA CHIAMATA

- Un momento, trasferisco la chiamata al signor *Nome Cognome*.
- Un momento, la trasferisco a...
- Resti in linea
- Un momento per favore

SUGGERIMENTI PER...

LA PERSONA AL NUMERO CHIAMATO È ASSENTE

- Mi dispiace, ma non lavora più qui.
- Mi dispiace, ma è andata in pensione
- Mi dispiace, ma qui non c'è nessuno con questo nome.
- Mi dispiace, ma qui nessuno lavora con questo nome.
- Non è più a questo numero. Adesso lo trova al *NNNNN*
- Vuole parlare con un'altra persona?
- Mi dispiace, ha sbagliato numero
- Mi dispiace, questo è il numero interno numero *XXX* e non *YYY*.

SUGGERIMENTI PER...

LA PERSONA CHIAMATA NON E' DISPONIBILE

- Mi dispiace, il signor Rossi è adesso occupato.
- Il signor Rossi oggi è assente.
- Mi dispiace, il signor Rossi è in riunione.
- Mi dispiace, signor Rossi è in vacanza.
- Mi dispiace, il signor Rossi è fuori per pranzo.
- Mi dispiace, ma il signor Rossi è ammalato.
- Mi dispiace, ma il signor Rossi è in paternità.
- Mi dispiace, ma il signor Rossi non è adesso disponibile.
- Mi dispiace, ma il signor Rossi è appena uscito.
- Mi dispiace, ma è fuori città.
- Mi dispiace, non risponde.
- Non è disponibile questa mattina, ma se richiamerà di nuovo questo pomeriggio dovrebbe essere nel suo ufficio.

DISPONIBILITÀ

- Ritournerà domani mattina.
- Ritournerà dopodomani.
- Ritournerà la prossima settimana
- Ritournerà questo pomeriggio.
- Ritournerà questo pomeriggio più tardi.
- Mercoledì, ritournerà a mezzo giorno o nel pomeriggio.
- Dovrebbe essere disponibile dopo le due.
- Dovrebbe essere disponibile prima della riunione.
- Dovrebbe essere disponibile all'una e mezzo.
- Dovrebbe essere disponibile fra un'ora.
- È in ferie e ritournerà il 7 maggio.
- Non ritournerà prima di venerdì.
- Sarà in ufficio il 23.
- Sarà disponibile alle due e mezzo.
- Ritournerà per l'ora di pranzo dopo le dodici.

SUGGERIMENTI PER...

- **LA PERSONA PARLA AL TELEFONO**
 - Mi dispiace, ma il numero è occupato.
 - Mi dispiace, ma la linea è occupata
 - Vuole attendere in linea?
 - Vuole richiamare più tardi?
 - Vuole attendere fino al termine della conversazione?
 - Mi dispiace, ma il signore Rossi è su un'altra linea.
 - Gli dico di richiamarla?

SUGGERIMENTI PER...

MESSAGGI

- Vuole lasciare un messaggio?
- Potrei riferire un messaggio per il signor Rossi?
- Posso lasciargli un messaggio?
- Vuole che il signor Rossi la richiami?
- Gli lascerò il messaggio non appena il signor Rossi ritorna.
- Posso darle il numero di cellulare, se deve contattarlo ora.

SUGGERIMENTI PER...

INIZIARE UNA CONVERSAZIONE

- Buongiorno Signor Rossi, Come sta?
- È un piacere sentirla, signor Rossi, sta bene?
- Come vanno le cose?
- Come va signor Rossi?
- Chiamo per avere informazioni su...
- Chiamo perché ...
- Ho chiamato per conto del signor Rossi
- Chiamo per conto del signor Rossi
- Chiamo perché ho avuto il suo messaggio ...
- Mi dispiace disturbarla, ma ...
- Scusi se l'ho chiamato fuori dalla riunione ma...

SUGGERIMENTI PER...



consulenza direzionale
e servizi integrati

TERMINARE UNA CONVERSAZIONE

- Signor Rossi, è stato un piacere parlare con lei.
- Signor Rossi, grazie per aver chiamato.
- Sono lieto che lei ha chiamato. Grazie per le informazioni.
- Spero di risentirla presto.
- Me ne occuperò domani.
- Lo verificherò subito.
- Attendo presto sue notizie
- Le invierò il preventivo per posta.
- Le invierò i dettagli via e-mail.
- In attesa di un suo riscontro, porgo i miei cordiali saluti.
- Sono inattesa di una sua conferma per la settimana prossima
- La ringrazio per l'aiuto! Arrivederla!
- Allora al prossimo giovedì!
- Ci sentiremo a breve.
- Ci vediamo il 30
- Arrivederla signor Rossi, a presto!

LA SEGRETERIA TELEFONICA

- Buongiorno. Qui risponde la segreteria telefonica dell'azienda X
- Siamo aperti dalle 8 alle 16.
- Siamo chiusi per vacanze fino al 15 luglio.
- Siamo chiuso tra Natale e il 1 gennaio.
- Come sempre apriremo dal 2 gennaio.
- Dal 16 agosto, l'azienda riprenderà la sua attività abituale
- Se vuole lasciare un messaggio, premere 1
- La prego di lasciare il suo nome, numero di telefono e il motivo della chiamata, la richiameremo al più presto
- Ci scusiamo per il disagio.
- Grazie per la chiamata e buona giornata

ESERCIZIO



consulenza direzionale
e servizi integrati

COSA VUOI DIRE	COME DIRLO ALL'INTERLOCUTORE AL TELEFONO??
Il signor Rossi è uscito	
Non so dove è il signor Rossi	
Il signor Rossi è alla toilette	
Il signor Rossi non è ancora arrivato	
La signora Rossi ha la giornata libera	
La signora Rossi non vuole essere disturbata	
La signora Rossi né occupata	

L'ALFABETO TELEFONICO INTERNAZIONALE



consulenza direzionale
e servizi integrati

Articolazione Fonetica delle Parole

A a
B bi
C ci
D di
E e
F effe
G gi
H acca
I i
J i lunga
K cappa
L elle
M emme
N enne

OACI Organizzazione delle Aviazioni Civili Internazionale

Alfa
Bravo
Charlie
Delta
Echo
Fox-trot
Golf
Hotel
India
Juliet
Kilo
Lima
Mike
November

Italiano

Ancona
Bologna
Como
Domodossola
Empoli
Firenze
Genova
Hotel (acca)
Imola
Jolly (i lunga)
Kursaal(cappa)
Livorno
Milano
Napoli

Internazionale

Amsterdam
Baltimora
Casablanca
Danimarca
Edison
Florida
Gallipoli
Havana
Italia
Jerusalemme
Kilogramme
Liverpool
Madagascar
New York

L'ALFABETO TELEFONICO INTERNAZIONALE



consulenza direzionale
e servizi integrati

Articolazione Fonetica delle	OACI Organizzazione parole delle Aviazioni Civili Internazionale	Italiano	Internazionale
O o	Oscar	Otranto	Oslo
P pi	Papa	Padova	Parigi
Q qu	Quebec	Quarto	Quebec
R erre	Romeo	Roma	Roma
S esse	Sierra	Savona	Santiago
T ti	Tango	Torino	Tripoli
U u	Uniform	Udine	Uppsala
V vu	Victor	Venezia	Valenzia
W doppiavu	Whiskey	Washington	Washington
X ics	x-ray	Xilofono(ics)	Xantippe
Y ipsilon	Yankee	Yacht (ipsilon)	Yokohama
Z zeta	Zulu	Zara	Zurigo