

Psychologické vymáhání pohledávek

Co můžeme udělat, aby platili právě nám a proč hraje takovou roli "lidský faktor"? Pravidla jsou stejná, přesto jsou někteří při vymáhání úspěšnější. Klíčem jsou malé ale důležité rozdíly, které mohou rozhodnout o tom, že se Vám podaří své oprávněné nároky prosadit a finance dostat tam, kam patří - na Váš bankovní účet.

V současné době se daleko více než dříve se musíme osobně zasadit o to, abychom vzájemné pohledávky urovnali a byli připraveni nejen upozorňovat, ale i dodržovat sankce, využívat obchodního práva a všech legitimních cest, jak se ke svým finančním prostředkům dostat.

Cíle

Pohledávky můžeme vymáhat v zásadě dvěma způsoby. Ten první je použití síly, ať už skutečné fyzické nebo síly práva a moci, ten druhý je založen na myšlence, že i neplatící zákazník je zákazník a že s většinou lidí se daleko efektivněji dohodneme použijeme-li nekonfrontační přístup. Koneckonců ten máme stále v záloze a soudní řízení je vždy možná závěrečná varianta. Zákaznický orientovaný přístup k vymáhání pohledávek je založen na postoji vymáhajícího pracovníka, na jeho komunikačních dovednostech a schopnostech odhadu jednotlivých zákazníků a na výběru vhodného postupu vlastního procesu vymáhání. Na tomto semináři Vám poradíme jak vzhledem k prostředí a současné situaci pohledávky co nejefektivněji vymáhat.

Určeno

Pro majitele, podnikatele, jednatele, členy vedení společností, ekonomické a obchodní manažery, pracovníky oddělení vymáhání pohledávek, pracovníky účetních a právních úseků společností, a dále pro všechny zájemce, kteří se chtějí dozvědět, jak si efektivně poradit s dlužníky.

Obsah

I. Východiska a postoje k vymáhání pohledávek

Od neoblomného vymahače k partnerovi při řešení finančních otázek

I neplatící zákazník je zákazník

Individualizace přístupu ke klientům

Význam přístupu a postoje

Význam procesů a standardních postupů při dosahování výsledků

II. Komunikační dovednosti

Odhad klienta - typologie, argumentace

Vyjednávání - přístup výhra - výhra a jak jej uplatnit při dialogu s klientem

Naslouchání, naladění na klientovu "frekvenci"

III. Proces vymáhání

Zahájení rozhovoru

Navázání pozitivního kontaktu, vytvoření atmosféry

Ověřování informací, diagnostika, otázky

Vytváření naléhavosti

Zjišťování a diagnostika informací, možností

Vyjednávání

Uzavírání

IV. Sebeochrana - jak zabránit "vyhoření"

Změna přístupu a postoje
Zvládání agresivních projevů klienta
Odreagování vlastních emocí
Individuální cesty zvládání stresu

Harmonogram

Prezence: 8.45 - 9.00

Program: 9.00 – 17.00

www.inorga.eu

inorga@inorga.eu

604 729 119