Despre oratorie si clienti...putin diferit.

BUCURESTI - 13 aprilie 2011 ora 09:52
Comunicat tip Administrativ / Management in Afaceri, Banci / Asigurari, Media / Publicitate

Workshop: Oratorie, o lectie despre seductia publicului. 13 mai 2011

Oratoria reprezinta arta de a influenta oameni printr-un discurs elocvent. In Grecia si Roma antica oratoria se regasea sub denumirea de retorica si reprezenta arta de a compune si tine un discurs. Ea a aparut pentru prima data in tribunalele Atenei dar a devenit imediat importanta in toate laturile vietii umane. Pe vremea aceea era predata de Sophists.
Permiteti-mi sa va reamintesc cativa dintre cei mai importanti oratori ai istoriei: Theodore Roosevelt, Winston Churchill, Demosthenes, John F. Kennedy, Mahatma Gandhi, Marcus Tullius Cicero, si multi altii. Dar, de ce sunt ei considerati vorbitori excelenti astfel incat sa ramana mentionati in istorie? Ce anume au ei in comun?

Poate pentru ca acesti oameni prin discursurile lor au ridicat moralul in vremuri negre, au redat speranta celor deznadajduiti, au rafinat caracterul omului, au inspirat fapte vitejesti, au redat curajul celor truditi, au adus onoare celor morti si au schimbat cursul istoriei. Poate ca vorbim despre lucruri prea mari insa ele nu sunt departe de noi. Daca cei mentionati s-au nascut sa fie asa, noi avem acum instrumentele necesare pentru a deveni ca ei. Urmandu-le exemplul, imbinand noile metodologii care sa sustina teoria putem construi in noi abilitatile necesare pentru a deveni excelenti oratori. In zilele noastre nu putem ignora importanta comunicarii desi oratoria este ceva mult mai complex si implica o multime de abilitati. Dar pornind de la comunicare si regulile acesteia de baza putem merge mai departe si observa care sunt elementele ce, puse impreuna, transforma un mod simplu de a transmite informatia in discurs oratoric.Va invitam sa vedeti cat de important este continutul si in acelasi timp sa observati ca nu este singurul care conteaza. Va provocam sa transpuneti in cuvinte credintele dumneavoastra, atitudinile, atat pozitive cat si negative in functie de scopul discursului dar si emotiile care sunt foarte importante dar nu pentru noi ci pentru publicul care asculta, si in final sa faceti o schimbare in mintea si comportamentul celorlalti.Eu am participat la acest workshop si am fost nevoita sa imi infrunt temerile, sa improvizez, sa creez emotii, sa transfer cunostinte si sa ofer feedback. A trebuit sa imi reinventez propria persoana si sa fiu cu totul

altfel, sa ii fac pe ceilalti sa creada ca ceea ce spun e adevarat, sa ii fac sa creada ca sunt cu totul in alta lume. Am experimentat atat momente de fluenta completa dar si goliciune a mintii. Dar as face totul din nou. Pentru ca acum simt ca am putin din persuasiunea lui Kennedy si inflexiunile lui Roosevelt. Va invit si pe dumneavostra sa aveti curajul sa incercati o astfel de experienta.Avand ca leader un mare actor si pedagog, Tomi Cristin, si combinand metodele artistice cu tehnicile de comunicare, pot spune ca workshopul a avut un adevarat succes desi a tine un discurs in fata publicului, este o experienta tensionata. Clientii pe viata, viitorul afacerii. Cum ar fi daca echipa ta nu ar pierde nici un client? 5-6 mai 2011Nichols Foods Ltd. este parte a J.N. Nichols Group, faimos mai ales pentru sucurile VIMTO. Nichols produce, ambaleaza si distribuie produse pentru industria de hrana si bauturi vandute prin intermediul automatelor. Gary Unsworth, cofondator si director general, a fost dintotdeauna convins de importanta serviciilor exceptionale livrate clientilor pentru mentinerea unei afaceri de succes.Nichols Foods are o strategie de servire a clientilor care se bazeaza pe urmatoarele elemente-cheie: - Asigura-te ca fiecare angajat se concentreaza pe furnizarea de servicii exceptionale pentru clienti. - Angreneaza-i pe angajati in contacte cat mai stranse cu clientii, ca sa fii sigur ca la randul lor vor capata o adevarata obsesie pentru clienti. - Acorda autonomie angajatilor astfel incat ei sa actioneze in numele clientilor. - Aliniaza totul unor standarde si indicatori de performanta in domeniul servirii clientilor. Investeste in training pentru management si angajatii pentru a-i sprijini sa devina mai abili si pregatiti in propriul lor business.Acest angajament de a furniza cunostinte si training angajatilor clientilor a facut parte vreme indelungata din cele mai importante elemente strategice. Gary spune: „Ne-am dat seama de multa vreme ca trebuie sa investim in clientii nostri pentru a ne asigura propriul succes.Aceasta abordare a demarat cu un program educational foarte ambitios, prin care clientii au fost dusi in vizita pe plantatiile de cafea din Columbia pentru a vedea cu ochii lor si a intelege cum se produce cafeaua.Acest program de instruire s-a bucurat de atata succes, incat, dupa dezvoltari succesive, Nichols Foods a devenit astazi unul dintre principalii furnizori de servicii de management, vanzari si de servire a clientilor din intreaga industrie britanica a automatelor pentru hrana. Aceasta companie a investit intr-un program subventionat de cursuri de instruire prin care ii sprijina pe managerii si angajatii companiilor-client sa isi dezvolte cunostintele si abilitatile.Succesul acestei strategii este demonstrat de feedbackul excelent si opiniile magulitoare pe care Nichols Foods le primeste de la clientii sai in permanenta, dar si de o crestere cu peste 50 la suta a afacerii in ultimii ani, care au fost ani de recesiune pe piata de profil din Marea Britanie. In anul 1998, Nichols Foods a castigat Premiul pentru Excelenta in servicii din partea revistei Management Today la categoria business to business.Ceea ce conteaza nu este cat de satisfacuti va sunt clientii…ci cat de multi clienti satisfacuti ati reusit sa pastrati.Va invitam sa participati la un curs prin care veti descoperii ingredientele loialitatii adevarate pe care un client o poate avea pentru un furnizor si veti afla ce lipseste

echipei dumneavoastra pentru a construi relatii cu clientii pe care competitia si avalansa reducerilor sa nu le poata afecta.Rezultate asteptate:Fiecare participant va descoperi cateva modalitati la indemana echipei sale de a crea incantare clientilor si a-i transforma pe clientii multumiti si nemultumiti in clienti loiali.Fiecare participant va pleca de la curs capabil sa creeze pentru echipa sa o strategie si abordare care sa conduca la incantarea si loializarea clientilor.Din agenda cursului: - Scara relatiilor – de la clienti nemultumiti la clienti loiali - Valoarea unui client pentru afacerea noastra Importanta loialitatii - Ce inseamna loialitatea adevarata si cum se castiga ea - Importanta emotiilor in relatiile cu clientii - Recuperarea clientilor – cum tratam un client nemultumit astfel incat sa il castigam pentru totdeauna - Momente unice in relatiile cu clientii – efectul UAU!Programul de cursuri Open MMM Consulting:Clientii pe viata, viitorul afacerii (2 zile), 5-6 maiOratorie (1 zi), 13 maiPerformance Leadership Profile (2 zile), 22-23 iunieClientii pe viata, viitorul afacerii (2 zile), 22-23 septembrieTrain of Trainers (5 zile), 12-13-14 octombrie si 20-21 octombriePerformance Leadership Profile (2 zile), 27-28 octombrieConflicte si litigii de munca (2 zile), 17-18 noiembrieOratorie (1 zi), 25 noiembrieVivitati www.mmmconsulting.ro si cereti mai multe detalii

Despre MMM CONSULTING INTERNATIONAL

MMM Consulting International SRL, este o companie de training si consultanta in resurse umane. MMM Consulting va ofera:servicii integrate si personalizate; metodologii internationale de diagnoza si consultanta, solutii testate;training si dezvoltare;cursuri in sistem deschis. Fiecare situatie poate avea solutia sa unica, flexibila si dinamica, avind la baza un profesionalism solid. www.mmmconsulting.ro

Viviana Andone - Consultant
viviana.andone@mmmconsulting.ro
0742401900
MMM CONSULTING INTERNATIONAL
http://www.mmmconsulting.ro