

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI

Pedagogická fakulta

Katedra českého jazyka a literatury

SOŇA RAJTROVÁ

V. ročník – prezenční studium

Obor: český jazyk a literatura – německý jazyk pro 2. stupeň ZŠ

ANALÝZA MLUVENÝCH A PSANÝCH PROJEVŮ  
UŽÍVANÝCH V KOMUNIKACI S KLIENTY  
BANKOVNÍHO ÚSTAVU

Diplomová práce

Vedoucí práce: Mgr. Kamil Kopecký, Ph.D.

OLOMOUC 2011

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci vypracovala samostatně a použila jen uvedených pramenů a literatury.

V Olomouci dne 4.4.2011

.....

Děkuji vedoucímu mé diplomové práce, Mgr. Kamilu Kopeckému, Ph.D., za trpělivé vedení, cenné rady a připomínky.

Anotace

Tato závěrečná diplomová práce shrnuje základní poznatky o komunikaci a jazykových vrstvách. Zabývá se výzkumem mluvené a psané komunikace telefonních bankéřů s klienty bankovního ústavu ve všech jeho rovinách.

# Obsah

Úvod .....	7
<b>1 Komunikace .....</b>	<b>9</b>
1.1 Komunikace .....	9
1.2 Spisovná výslovnost .....	12
<b>2 Slovní zásoba češtiny .....</b>	<b>13</b>
2.1 Slovní zásoba aktivní a pasivní .....	13
2.2 Vrstvy slovní zásoby .....	14
2.3 Slovní zásoba vymezená časovou platností .....	17
2.4 Slovní zásoba vymezená příznakem expresivnosti .....	18
2.5 Slovní zásoba z rétorického hlediska .....	19
<b>3 Specifika komunikace mezi klienty a telefonními bankéři .....</b>	<b>20</b>
<b>4 Specifika nepřipravené komunikace .....</b>	<b>21</b>
4.1 Standardy mluvené nepřipravené komunikace dle vnitřních předpisů .....	22
4.2 Průběh hovoru telefonního bankéře s klientem .....	29
4.3 Praktické ukázky komunikace bankéře s klientem .....	30
<b>5 Specifika připravené komunikace mluvené .....</b>	<b>34</b>
5.1 Průběh hovoru telefonního bankéře s klientem .....	34
5.2 Praktické ukázky komunikace bankéře s klientem .....	36
<b>6 Specifika připravené písemné komunikace .....</b>	<b>38</b>
6.1 Standardy připravené písemné komunikace dle vnitřních předpisů .....	38
<b>7 Metodologie k analýze .....</b>	<b>43</b>
<b>8 Analýza nepřipraveného a připraveného hovoru .....</b>	<b>44</b>
8.1 Hovor nepřipravený .....	44
8.2 Hovor připravený .....	47
8.3 Odchytky v projevu klienta .....	48
8.4 Odchytky v projevu telefonního bankéře .....	49
8.5 Shrnutí .....	55

<b>9 Analýza písemné komunikace .....</b>	<b>56</b>
9.1 Písemná komunikace bankéřů .....	56
9.2 Písemná komunikace klientů .....	57
9.3 Odchyly v projevu klienta .....	58
9.4 Shrnutí .....	61
<b>Závěr .....</b>	<b>62</b>
<b>Seznam použitých zdrojů .....</b>	<b>63</b>

## Úvod

Navštěvovat bankovní ústav je v současné době nevyhnutelnou součástí každodenního života. Jedná se však o poměrně novodobou záležitost. Zaměstnavatelé někdy dokonce i odmítají dávat svým zaměstnancům peníze v hotovosti nebo případně posílat složenkou. Banky se snaží novému trendu přizpůsobit tak, aby to pro ně bylo efektivní a aby to klientovi co nejvíce usnadnily. Otázkou však je, zda je to pro klienty skutečně jednodušší.

Během studia jsem začala pracovat v Klientském centru České spořitelny. Nejprve na pozici telefonního bankéře v oddělení telemarketingu, poté jsem se posunula na pozici univerzálního telefonního bankéře. Jedná se tedy o přijímání telefonických hovorů, ve kterých se snažíme klientům poradit a pomoci s danou problematikou obsluhy jejich účtů. Obrací se na nás ale i prostřednictvím elektronické pošty.

Po dobu mého působení v České spořitelně jsem si uvědomila, že současná populace není připravena na takto rychlý vývoj. Často se setkávám s klienty, kteří jsou doslova zoufalí. Nerozumí bankovní terminologii, nechápou, jakým způsobem fungují různé služby. Mnohdy se stává, že jim poradkyně na pobočce vnutí třeba kreditní kartu nebo nový typ účtu a oni se pak diví, co to vlastně mají. Starší klienti si hojně postesknou, že už to není, jak bývalo. Je to na ně příliš rychlé a složité. Banka se snaží klienty tlačit k tomu, aby využívali různých komunikačních kanálů, tedy internetového a telefonního bankovníctví. Je snaha odlehčit pobočkám, přimět klienty nechodit vybírat peníze v hotovosti na přepážku, ale zadávat si jednorázové příkazy, provádět transakce, vše bezhotovostně. Případně pak chodit pro peníze do bankomatu s pomocí platební karty.

Mnozí klienti mladších ročníků se již přizpůsobit dokázali, ale zejména střední a starší věkové skupiny se s tímto trendem do velké míry potýkají. A když pak zavolají, nejsou schopni vysvětlit, co se děje, nedokážou formulovat myšlenky a pojmenovávat. Zde bych ráda poukázala na možnost větší přípravy už ve školních lavicích. Minimálně by děti měly být schopny jasných a srozumitelných mluvních projevů, které by si měly osvojit a měly by je umět užívat při každodenních situacích. Nejen tedy odříkávat naučenou látku nebo opisovat fakta za tabule. Více hovořit, komunikovat, umět vést dialogy. Za důležitou součást komunikačních dovedností považuji právě komunikaci nepřipravenou, kde se projeví schopnost používat mateřský jazyk.

Svou diplomovou práci jsem rozdělila do tří hlavních celků. Jedná se o část teoretickou, dále pak specifika komunikace bankéřů s klienty a nakonec praktickou analýzu jednotlivých forem komunikace.

V úvodní části se zaměřuji na lidskou řeč, dorozumívání, komunikaci, spisovný projev. Dále se zabývám slovní zásobou, a to zejména aktivní a pasivní, ale taktéž i jednotlivými jazykovými vrstvami. Prostor věnuji nejen dialektům, které se v mluvě klientů často vyskytují, ale i sociolektům, příznaky expresivnosti a časové platnosti.

Druhá část poskytuje bližší představu o tom, jak to vlastně v průběhu telefonického rozhovoru probíhá a s čím se bankéři mohou nejčastěji setkat. Věnuji se i konkrétním standardům mluvené a písemné komunikace, které si Česká spořitelna stanovila sama dle interních předpisů.

V závěrečné části přistupuji ke konkrétním analýzám telefonických hovorů a elektronické komunikace. Analýzu provádím s přihlédnutím k tomu, zda se jedná o projev klienta nebo bankéře.

Nakonec srovnám, zda se vyskytují rozdíly a odlišnosti v připraveném a nepřipraveném rozhovoru a k jakým závěrům jsem konkrétními analýzami dospěla.

## **1 Komunikace**

V této kapitole se budeme zabývat komunikací, funkcemi řeči a spisovnou výslovností. Pro telefonní bankéře je řeč jediným prostředkem pro komunikaci s klientem. Nemůže nijak využívat osobní kontakt, mimiku, gesta. Bankéř musí ovládat práci s hlasem a jeho prostřednictvím být schopen jasně a srozumitelně formulovat myšlenky, splnit základní funkce jazyka. Na základě pouze krátkého hovoru se musí bankéř o klientovi dozvědět co nejvíce a způsob své komunikace i používaného jazyka mu přizpůsobit. Někdy je nutné rozhořčeného klienta co možná nejvíce uklidnit, jindy zase vyjádřit pochopení pro situaci. Česká spořitelna poskytuje taktéž služby telefonních bankéřů pro anglicky hovořící klientelu. V přímé praxi se však mohou setkat třeba i s němčinou, polštinou, ruštinou, ale i dalšími jazyky.



Bankéři užívají při své práci i písemnou komunikaci. Je nutné, aby měli osvojené základní pravopisné návyky a uměli poskytnout klientovi dostatečné odpovědi formulované do nepříliš dlouhých textů.

## 1.1 Komunikace

Obsah řeči je tvořen určitým sebevyjádřením, konkrétním sdělením, navázáním kontaktu s adresátem, apelem a záměrem mluvčího. Každé sdělení podáváme jistou formou (formou nějakého výroku či uspořádaného mluveného projevu). Charakteristický způsob výstavby jazykového projevu, založený na výběru a využití jazykových prostředků, nazýváme jazykový styl. Jazyk je neobyčejně živý organismus, který podléhá rozmanitým vlivům, analogiím, rozrůžňování apod. Přiměřené a kultivované působení ve společenském dorozumivacím styku reprezentuje jazyk spisovný. Popisuje se v mluvnicích, učí se mu ve školách, je cílevědomě regulován. Uplatňuje se všude tam, kde se vyžaduje obecná srozumitelnost: ve státní správě, ve vědě, v odborné literatuře, v tisku, v rozhlase, ve škole. Kodifikace udržuje stabilitu spisovného jazyka, ale není neměnná. Spisovný jazyk se neustále přizpůsobuje vyjadřovacím potřebám, opouští některé zastarávající prostředky a přijímá z jazyka nespisovného a z jiných jazyků prostředky nové. Změnám odolává více pravopis a tvarosloví, zatímco slovní zásoba se obohacuje mnohem rychleji v souvislosti se změnami ve všech oblastech společenského života. Kodifikace tu a tam zaostává, mezi spisovným a běžně mluveným jazykem vznikají nápadné rozdíly.<sup>1</sup>

Hlavním nástrojem přenášení informací, sdělování myšlenek, ale také postojů, názorů, přání a požadavků, je nepochybně řeč. Umění mluvit je v podstatě umění při pravé příležitosti, na pravém místě a v pravý čas potřebné myšlenky, apely, podněty apod. sdělovat tak dobře, správně a jasně, že jsou lidmi přijímány, plně a kladně prožívány, opravdu sledovány a uznány. Mají-li být převedeny ve skutek, musí být i jasně, výstižně, opravdově a komplexně vysloveny. Stanou-li se podkladem dalšího uvažování a hledání, pak skutečně rozvíří diskusi, vedou ke střetu názorů a iniciují tvůrčí myšlení. A právě k tomu je zapotřebí umění, o kterém je řeč: umění sledovat, komunikovat, přesvědčovat.

Aby člověk uměl na příslušné úrovni účinně promluvit, musí mít kromě nadání i jisté vědomosti o tom, co řeč vyžaduje, jak se v této oblasti soustavně vzdělávat a cvičit.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> MĚCHUROVÁ, A. *Jak dobře mluvit a úspěšně jednat*. Praha: Univerzita J.A.Komenského, 2008. 2. vyd. S. 19-20.

<sup>2</sup> MĚCHUROVÁ, A. Op. cit., s. 7.

Základním kamenem *komunikační kompetence*<sup>3</sup> jsou *prostředky jazykové*. Jsou provázené, zejména při mluvené komunikaci, řadou mimojazykových (neverbálních) prostředků, jako např. gesta, mimika, pohyby apod. To, jakých prostředků ze svého individuálního komunikačního potenciálu, zvaného kompetence, mluvčí použije, záleží zejména na záměru mluvčího, cíli jeho projevu a v neposlední řadě také na struktuře publika, jeho znalostech a předpokladech, nejen komunikačních.<sup>4</sup>

*Subjekty komunikace* jsou její *účastníci* s osobními vlastnostmi, znalostmi a zkušenostmi, momentální psychickou a fyzickou kondicí, sociálními rolemi apod. V průběhu *komunikačního aktu*<sup>5</sup> se někdy střídá aktivní a pasivní podíl těchto subjektů na dané komunikaci, dle toho lze rozlišit *monologickou* a *dialogickou komunikační událost*.

Monologická komunikační událost spočívá v souvislém řečovém projevu pouze jednoho subjektu komunikace, další subjekty jsou pasivní.

Při dialogické komunikační události dochází ke střídání aktivity jednotlivých komunikačních subjektů. Subjekt, který je aktivní, se nazývá mluvčí, subjekt pasivní je posluchač. K vlastnostem mluvčího patří taktéž konverzační umění a diskutérské umění.

Řečnické umění spočívá především v umění vyjádřit své myšlenky na pravém místě a v pravý čas – krátce, stručně, srozumitelně a působivě. Naše řeč musí v člověku, který nám naslouchá, vzbudit jeho vlastní myšlenky. To souvisí s logickým myšlením, bohatou slovní zásobou, řečí těla a hlasovou kulturou.<sup>6</sup>

**A. Měchurová** rozděluje čtyři základní funkce smysluplné řeči:

### **1. Řeč je výrazem našich myšlenek, pocitů a záměrů.**

Pokud je nevyjádříme slovy, nemůžeme se s nimi vypořádat, ba ani si je v plném významu uvědomit. Prvořadou otázkou rétoriky tedy je vyjádřit myšlenku, pocit, záměr, slovy.

### **2. Řeč je navázáním vztahu.**

Řečí se dávám druhému člověku (jiným lidem) na vědomí. Otázkou rétoriky je, jakým způsobem oslovit lidi, aby naslouchali, aby se mnou vstoupili v kontakt. (Ani u žáka,

<sup>3</sup> *komunikační kompetence* zahrnuje množinu individuálních jazykových a jiných zkušeností a schopností

<sup>4</sup> HOFFMANNOVÁ, J. *Stylistika a ...* Praha: Trizonia, 1997. 1. vyd. S. 41.

<sup>5</sup> *komunikačním aktem* neboli komunikační událost či řečová událost jsou synonymické výrazy pro průběh komunikace pod vlivem výše uvedených faktorů (srov. Hoffmannová, 1997: 40)

<sup>6</sup> MĚCHUROVÁ, A. Op. cit., s. 10.

který před učitelem musí povinně sedět v lavici, nedochází k tomuto předpokladu automaticky).

### **3. Řeč je sdělením určitých informací.**

Jde o to umět je podat beze ztrát, šumů, zkomolení. Prezentovat je vhodně volenými slovy, přesnými pojmy, ve větných konstrukcích, adekvátních způsobu myšlení příjemce informace. Ke správnému pochopení vyslovené nebo napsané myšlenky či názoru, k předání znalostí, přispívá i dobře vybudovaná kompozice slovního projevu, uspořádání myšlenkového obsahu podle logických a psychologických zákonitostí. V tomto ohledu rétorika čerpá z bohatého odkazu klasické rétoriky a z lingvistických disciplín.

### **4. Řeč je prostředkem ovlivnění, vzbuzení určité žádoucí akce, vyvolání změny postoje, dosažení cíle, pro který jsme do komunikace vstoupili.**

Rétorika k tomu přispívá specifickými prostředky jako např. řečnickými figurami a tzv. tropy, které činí slovní projev krásnějším a působivějším. V této funkci se spojuje s psychologickými, pedagogickými a sociálně psychologickými principy a zásadami ovlivňování člověka.<sup>7</sup>

## ***1.2 Spisovná výslovnost***

Spisovnou výslovnost je možné charakterizovat taktéž jako souhrn pravidel, která vymezují určité standardy, kterými by se měli mluvčí řídit. Základní kodifikaci a spisovnou výslovnost studuje a stanovuje Ortoepická komise Ústavu pro jazyk český ČSAV. Souboru zásad a pravidel spisovné výslovnosti říkáme odborně **ortoepie** (z řeckého orthos = správný, epos = slovo, mluva).

Mluvená podoba českého jazyka má svá závazná pravidla při vyslovování hlásek, hláskových spojení a při užívání správného slovního přízvuku. Spisovná norma se však vztahuje i na zvukovou podstatu vět – členění souvislé promluvy na větné úseky, uplatnění melodie

---

<sup>7</sup> MĚCHUROVÁ, A. Op. cit., s. 17-18.

a dynamiky v mluveném projevu.<sup>8</sup> Stupeň výslovnosti v konkrétním projevu závisí do značné míry na mluvních schopnostech daného člověka a bývá posluchačem také hodnocen jako výraz osobní kultury mluvčího.

Čeština rozlišuje tři základní formy spisovné výslovnosti: *explicitní (plnou)*, *neutrální* a *implicitní (náznakovou)*.

Při explicitní výslovnosti je postavení mluvidel pro jednotlivé hlásky charakterizováno zaujmutím krajní polohy artikulace. Jedná se o velmi pečlivou podobu výslovnosti všech hlásek. Pro kultivovaného řečníka by neutrální podoba spisovného jazyka měla být samozřejmostí. Realizuje se jí mluvený jazyk při běžných veřejných projevech. Zřetelnost, nezátíženost nářečním zabarvením a jistá míra formální přesnosti zvukové realizace jsou jejími hlavními znaky. Při nedbalé nebo příliš rychlé výslovnosti se nedostanou mluvidla do krajních poloh, jejich směr je pouze naznačen. Taková výslovnost se nazývá náznaková.<sup>9</sup> Klíčová slova by měla být jasná, jednoznačná, obecně srozumitelná. Složitě a cizí výrazy je vhodné zjednodušit a nahradit domácími slovy. V bankovní mluvě nalezneme řadu slov cizího původu, z nichž ne všechna lze jednoznačně označit jako všeobecně známá, bez nutnosti posluchači - laikovi vysvětlit jejich význam.

## 2 Slovní zásoba češtiny

V kapitole Slovní zásoba češtiny se zaměříme zejména na aktivní a pasivní slovní zásobu a dále pak na vrstvy českého jazyka. Pro práci telefonního bankéře je bohatá slovní zásoba velmi důležitou a nedílnou součástí celého komunikačního procesu. Musí umět najít správné a výstižné výrazy, rychle a pohotově reagovat. Bankéř by na sobě měl stále pracovat a snažit se zdokonalovat. Pro rozvoj své slovní zásoby by měl hodně číst, ale taktéž se zajímat o dění ve světě i okolo něj, přizpůsobovat se novým výrazům a slovním spojením. Velmi často se v hovorech bankéřů s klienty objevují neologismy anebo slangové výrazy, především z oboru bankovníctví.

---

<sup>8</sup> BUCHTOVÁ, B. *Rétorika*. Praha: Grada Publishing, a.s., 2006. 1. vyd Op. cit, s. 50.

<sup>9</sup> PALKOVÁ, Z. *Fonetika a fonologie češtiny*. Praha: Univerzita Karlova. Karolinum, 1994. 1. vyd. S. 320.

## 2.1 Slovní zásoba aktivní a pasivní

Slovní zásobu určitého jazyka tvoří souhrn všech jeho lexikálních jednotek, tj. jednovýznamových i vícevýznamových slov a ustálených slovních spojení. Jejich počet není v žádném jazyce přesně zjistitelný a neustále se mění. Přibližnou představu o slovní zásobě podávají velké výkladové slovníky. Například náš nejrozsáhlejší výkladový slovník (Příruční slovník jazyka českého, 1935 – 1957) obsahuje zhruba 250 000 heslových slov, ani on však nezachycuje lexikální bohatství češtiny v úplnosti.

Slovní zásoba jednotlivce je pochopitelně podstatně menší. Odhaduje se, že **aktivní individuální slovník**, tj. slovní zásoba, kterou jedinec aktivně užívá ve svých mluvených a písemných projevech, tvoří zhruba 5 000 – 10 000 slov, samozřejmě v závislosti na mentálních schopnostech, vzdělání, sociálním zařazení apod. Množství slov může být menší nebo větší.

**Pasivní slovník**, tj. slovní zásoba, které jedinec rozumí, ale aktivně ji neužívá, představuje u středoškolsky vzdělaného člověka přibližně 40 000 slov (tomu zhruba odpovídá rozsah Slovníku spisovné češtiny pro školu a veřejnost, 1994).<sup>10</sup>

**Jádro slovní zásoby** tvoří základní, nejčastěji užívaná slova, která jsou základem aktivní slovní zásoby. Jádrová slova jsou pro běžnou komunikaci nepostradatelná. Jádro sice neobsahuje slov mnoho, ale jejich frekvence činí asi 90% celého počtu užívaných slov. Bývají to pojmenování neutrální, bez citové a jiné příznakovosti. Větší část slovní zásoby je proměnlivá a neustále se vyvíjí tím, že některá slova vycházejí z užívání, zastarávají a naopak jiná jsou nově tvořena nebo přejímána z cizích jazyků. Tento proces se děje plynule, mění se vývojem potřeb pojmenovávání různých skutečností.

Protipól slovníkového jádra představují málo frekventované lexikální jednotky stojící z nějakého důvodu na **periferii lexikálního systému**, například slova zastarávající: *batalion*, *kaprál* apod.

## 2.2 Vrstvy slovní zásoby

**Slovní zásoba celonárodní**, spjatá s určitým národním nebo národnostním jazykovým společenstvím, není zcela sourodým celkem. Lze v ní především rozlišit lexikon náležící k reprezentativnímu **spisovnému jazyku** a lexikon **nepisovných jazykových útvarů** nebo

<sup>10</sup> KARLÍK, P. - NEKULA, M. - RUSÍNOVÁ, Z. *Příruční mluvnice češtiny*. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 1995. 1. vyd. S. 92-93.

poloútvářů nářečních, tj. teritoriálních a sociálních dialektů. Je však třeba zdůraznit, že se v češtině značná část slovní zásoby teritoriálních dialektů shoduje s češtinou spisovnou.

I v rámci spisovné slovní zásoby je možno diferencovat. Vedle tzv. **slov neutrálních** (použitelných každým mluvčím v každé situaci) lze vyčlenit vrstvy slov charakterizované nějakým **specifickým příznakem**. Tradičně se hovoří zejména o příznakovosti dané časovou platností slov, citovostí a funkčně stylovou příslušností.<sup>11</sup>

### 2.2.1 Spisovný jazyk

Spisovná čeština je určena pro používání na oficiální úrovni, má reprezentativní funkci. Používá se při oficiálních příležitostech, v úředních dokumentech, ve školách a veřejnoprávních médiích. Vznikla převážně na základě středočeského nářečí. Podoba spisovné češtiny je dána soustavou pravidel, jejichž dodržování je v určité komunikaci závazné. Tato pravidla určují psanou i mluvenou podobu jazyka. Pravidla především určují spisovnou slovní zásobu, správnou výslovnost, správné tvoření slov koncovkami, přiměřený způsob vyjadřování v určitých situacích.

Vymezení hranic spisovného jazyka společenským územ, normou a následnou závaznou kodifikací hraje nezastupitelnou úlohu, neboť pouze na základě těchto kritérií je možné rozpoznat příznakové vyjadřování nespisovné, například v publicistice či literatuře umělecké, kde bývá cíleně upouštěno od spisovného jazyka s cílem porušit jakousi „očekávanost“.<sup>12</sup>

### 2.2.2 Nespisovný jazyk

V kategorii nespisovný jazyk si blíže popíšeme obecnou češtinu, dialekty a sociolekty, které se často vyskytují zejména v mluvě klientů, můžou se však objevit i u telefonních bankéřů.

#### **Obecná čeština**

Zvláštní vrstvu slovní zásoby představují slova **obecné češtiny**, útvaru původně interdialektického, dnes však, především v Čechách, všeobecně užívaného v běžné mluvě. Vzhledem ke značnému teritoriálnímu i funkčnímu rozšíření obecné češtiny pronikají její prvky

---

<sup>11</sup> KARLÍK, P. - NEKULA, M. - RUSÍNOVÁ, Z. Op. cit., s. 92-93.

<sup>12</sup> ČECHOVÁ, M.a kol. *Současná česká stylistika*. Praha: ISV, 2003. 1. vyd. S.33.

i do češtiny spisovné, zejména do její mluvené podoby (např. *bál, bramboračka, holka, kluk* apod.).<sup>13</sup>

## Dialekty

Jedná se o geograficky členěné útvary. Slouží dnes jako nástroj jazykové komunikace zpravidla jen v oblastech běžného a pracovního styku zejména na venkově. Jednotlivá nářečí se v České republice seskupují na základě příbuznosti do čtyř nářečních skupin:

### 1. Nářečí česká

Kam deš? Teře pro mlíko. – Děti, sedněte si pječně na avici a buťte chvilku sťicha! – Pošlu naše d'efče pro tu mouku do mlejna.

### 2. Nářečí hanácká (středomoravská)

Gde deš? Tetině pro mlíko. – Děcka, sedněte si pječně na lafko a beťte chvilko t'icho! – Pošlo našo d'ifko pro to móko do mléna.

### 3. Nářečí moravskoslovenská (východomoravská)

Ďečka sedněte si pječně na lafku a buťte chvílu t'icho! – Pošlu našu d'ifku do mlína pro tu múku.

### 4. Nářečí slezská (lašská)

Gde jid'eš? Ťete pro mleko. – Ďeťi, sedněte si pječně na lafku a byťe na chvilku poťichy! – Pošlu naše d'efča do mlyna pro tu muku.<sup>14</sup>

Oblastní výrazy bývají často chápány jako regionální spisovné varianty. Běžné je toto hodnocení například u moravismů *dědina, sodovka, stolař*, nebo u cechismů *kytka, hřímat*. Nářeční slova charakterizující skutečnost specifickou pro život v daném regionu, se nazývají **etnografismy** (např. části kroje: *fěrtoch, krpce, kordule*).<sup>15</sup>

## Sociolekty

Jedná se o sociálně členěné útvary, tedy slovní zásobu **slangů a argotů**, která se realizuje jako specifická vrstva mluveného jazyka většinou obecné nebo hovorové češtiny.

<sup>13</sup> KARLÍK, P. - NEKULA, M. - RUSÍNOVÁ, Z. Op. cit., s. 93-94.

<sup>14</sup> HUBÁČEK, J.-JANDOVÁ, E. – SVOBODOVÁ, J. *Čeština pro učitele*. Vade mecum Bohemiae, s. r. o., 2002. 3. vyd S. 25-26.

<sup>15</sup> KARLÍK, P. - NEKULA, M. - RUSÍNOVÁ, Z. Op. cit., s. 93-94.

## 1. Slang

Nespisovný útvar jazyka, který je charakteristický pro mluvčí náležející k určité zájmové nebo profesionální skupině. Rozdíly oproti spisovnému jazyku spočívají především ve slovní zásobě. Zahrnujeme sem taktéž **profesionalismy** - nespisovné názvy odborné, rozšířené v daném pracovním okruhu (profesní slang, respektive profesní názvosloví - neoficiální odborná terminologie).<sup>16</sup> Jako příklad můžeme uvést slang lékařský (eksnout, vasrman, ležák, pacoš), vysokoškolský (filda, cvika, pruba) či bankovních úředníků (kont'ák, vklad'ák).

## 2. Argot

Typická mluva společenské spodiny (např. poloargotická lokální mluva lidí v Brně zvaných „brněnská plotna“: *lochčit se* – „smát se“, *prigl* – „přehrada“, *rola* – „nádraží“, *šmirgl* – „tramvaj“, „*štatl* – „město“, *Špéna* – „Špilberk“).

Hranice mezi uvedenými jazykovými poloútvary, a tudíž i mezi jejich slovní zásobou, nejsou ostře vymezené. Např. profesní mluva a pracovní slang mohou splývat. Ke slovní zásobě profesních mluv a pracovních slangů je třeba poznamenat, že v řadě případů jde vlastně o slova, která v daném prostředí plní funkci odborné terminologie, nejsou však jako termíny kodifikována. Hranice mezi výrazy profesní mluvy (případně slangem) a terminologií je pak do jisté míry udržována uměle (srov. v současné době „slang“ užívaný při práci s počítači).

### 2.3 Slovní zásoba vymezená časovou platností

Z aspektu časového se ve slovní zásobě vydělují dvě příznakové vrstvy stojící na periférii lexikálního systému: slova zastarávající a slova nová.

#### 1. Archaismy

Pojmenování zastaralá ustupující jinému pojmenování novějšímu, které se stalo běžnějším, např. *drahný (čas) X dlouhý, regiment X pluk, anžto X protože*).

---

<sup>16</sup> HAUSER, P. *Nauka o slovní zásobě*. 1. vyd. Praha : SPN, 1980. Kapitola Vrstvy ve slovní zásobě, s. 23.



## 2. Historismy

Pojmenování zaniklých historických skutečností, např. *halapartna, cech, tolar, dráb, verbíř, vuml, kádrovák*). Archaismů se užívá především jako stylistických synonym, historismů se užívá především v odborné a beletristické literatuře.

## 3. Neologismy

Jsou to relativně nová slova, která dosud pevně nezakotvila v povědomí všech mluvčích nebo jsou alespoň ještě jako nová pocíťována. Postupně tento příznak novosti ztrácejí, začínají se vyskytovat ve větší frekvenci a stávají se platnou součástí lexikálního systému (např. *chlebánek, sjetina, zviditelnit, zohlednit*). Tento proces může být různě rychlý, některé neologismy však v jazyce nezakotví vůbec a zaniknou (srov. např. zánik četných obrozených neologismů: *zpěvořečnost* - básnictví, *člověkosloví* - antropologie, *páchnidlo* - voňavka; též např. poválečné (slangové) *sonyboj* – policista, aj.) V současné době velký počet neologismů představují slova přejatá z jiných jazyků, především z angličtiny.<sup>17</sup>

### 2.4 Slovní zásoba vymezená příznakem expresivnosti

**Expresivita** je označení pro citové zabarvení slov. Je to pragmatická složka významu příslušné jazykové jednotky, která vyjadřuje hodnotící vztah, postoj nebo rozpoložení mluvčího. Příbuzné pojmy jsou emocionálnost, evaluativnost. Citově zabarvená slova označujeme jako **expresiva**. Expresivního zabarvení lze dosáhnout na všech jazykových rovinách (hláskoslovné, tvaroslovné, syntaktické i lexikální, kde mají zvláštní postavení frazeologismy, lexikální jednotky, které jsou velmi často expresivní). Na morfologické úrovni se emocionálního (hodnotícího) zabarvení dosahuje v češtině např. pomocí přípon *-oun* (*krkoun, hamoun, vrahoun*)

---

<sup>17</sup> KARLÍK, P. - NEKULA, M. - RUSÍNOVÁ, Z. Op. cit., s. 94-95.

a *-ák* (*chudák, mrzák*), přičemž rozsah užití přípony *-ák* se rozšiřuje i do neexpresivní vrstvy jazyka. Tato přípona tak pozvolna ztrácí příznak expresivnosti, přičemž příznak hovorovosti si ponechává, např. univerbizace toponym jako *Karlák* (Karlovo náměstí), *Ípák* (stanice I. P. Pavlova) apod. V lexikální rovině se v rámci expresiv vydělují vulgarismy, eufemismy, pejorativa, tzv. dětská slova, hypokoristika, deminutiva. Expresiva jsou často slova nespisovná.

## 1. Kladně zabarvená slova

- **familiární slova** (užívaná v důvěrném styku blízkých osob, např. slova *srdíčko, miláček, kočička*),
- **hypokoristika** (domácké obměny vlastních nebo obecně příbuzenských jmen, např. *Pepek, Mančinka, mamka, synátor, brácha*),
- **dětská slova** (užívaná dětmi nebo dospělými v rozhovoru s dětmi, např. *papat, bakaný, hačat, papu*). Častým formálním rysem kladně zabarvených slov je deminutivnost,
- **eufemismy (meliorativa)**, tj. zjemňující slova, která nahrazují primární pojmenování nějaké nepříjemné, společensky nevhodné skutečnosti a snaží se její nepříjemnost zastřít (např. *zesnout* místo *zemřít*, *být v náladě* místo *být opilý*, *dříve narozený* místo *starý*, *zapáchat* místo *smrdět*, *senior* místo *stařec*). Specifický druh eufemismů se objevuje také v ideologicky zabarvených projevech (např. *bratrská pomoc* místo *okupace*, *úprava cen* místo *zdražení*, *etnické čistky* místo *genocida*). Eufemismy se brzy opotřebovávají a musí být nahrazovány stále novými (tak je např. řadou dalších eufemismů vytlačováno slovo *záchod*, které je už samo původně eufemismem).

## 2. Záporně zabarvená slova

- **hanlivá slova, tzv. pejorativa**, např. *šmelinář, špicl*,
- **zveličelá slova, tzv. augmentativa**, např. *psisko, babizna, kusanec*; ta však v konkrétních kontextech nemusí vždy vyjadřovat záporný hodnotící příznak, srov. *Podívej se na to milé psisko*,
- **slova zhrubělá**, např. *tlama, žrát*,
- **slova vulgární**, např. nadávky *hajzl, prase*,

- **dysfemismy** (protipól k eufemismům), tj. výrazy zveličující nepříjemnost skutečnosti (např. *chcípnout* místo *zemřít*, *být mimo mísu* místo *být neinformovaný*). Část expresivních slov, zejména záporně zabarvených a slov z dětské řeči, stojí mimo rámec spisovného jazyka.<sup>18</sup>

## 2.5 Slovní zásoba z rétorického hlediska

Čeština má pro označení jedné věci nebo jevu řadu slov s jemnými stylistickými rozdíly. Bohatá slovní zásoba tak umožňuje pojmenovat tentýž předmět nebo jev souznačnými slovy (synonymy), která se od sebe liší **významovým odstínem** (např. obor – *okruh*, *odvětví*, *oblast*, *disciplína*, *doména*, *resort*; uspořádat – *seřadit*, *utřídít*, *urovnat*, *upravit*, *sestavit*), nebo **slohovým zabarvením** (např. neutrální *radovat se*, slohově zabarvené *jásat*, *plesat*; neutrální *utíkat*, slohově zabarvené *pádit*, *uhánět*, *řítit se*, *pelášit*).

Možnost volby synonym musíme tedy zvažovat vzhledem k cíli projevu a jeho působivosti. Jiná použijeme v referátu z pracovního prostředí, jiná ve slavnostním projevu. Volba synonym nám také umožňuje hodnotit určitou skutečnost a zaujmout k ní své stanovisko. Například synonyma: *významné*, *důležité*, *závažné*, *mimořádné*, *skvělé*, *zvláštní*, *vyňikající*, *pozoruhodné*, *obzvláštní* apod.

Naše slovní zásoba je ovlivněna vzděláním, rozšiřujeme si ji četbou dobrých autorů (obdivuhodná byla slovní zásoba K. Čapka), a také ji ovlivňuje prostředí, zejména lidé, se kterými přicházíme často do kontaktu – náš životní partner, spolupracovníci, přátelé.<sup>19</sup>

## 3 Specifika komunikace mezi klienty a telefonními bankéři

Kapitolu jsem nazvala Specifika komunikace mezi klienty a telefonními bankéři. Chtěla bych zde přiblížit komunikační proces mezi bankéřem a klientem. Jedná se o velmi zajímavý způsob komunikace, při které dochází k nestandardním situacím. Zatímco bankéři mají přísně stanovená pravidla, která je nutné dodržovat, klienti hovoří přirozeně. O těchto pravidlech se dozvíme v následující kapitole více. Dále se budeme zabývat nejčastějšími konkrétními příklady, se kterými se bankéři setkávají.

<sup>18</sup> KARLÍK, P. - NEKULA, M. - RUSÍNOVÁ, Z. Op. cit., s. 95-96.

<sup>19</sup> BUCHTOVÁ, B. Op. cit., s. 104.

V současné době konkurenční boje o každého klienta ovlivňují do velké míry způsoby komunikace banky se svým klientem, ať už přímé, či nepřímé, telefonické, elektronické nebo prostřednictvím nejrůznějších reklamních kanálů. Samotná komunikace tzv. „na lince“<sup>20</sup> probíhá dvěma způsoby – připraveně a nepřípraveně, tedy klient sám volá bankéři anebo bankéř volá klientovi. Jedná se o komunikační metodu formou rozhovoru. Oba typy komunikace vyžadují značnou přípravu a velkou roli hrají osobnostní předpoklady jednotlivých bankéřů, jejich vlastnosti, schopnosti, dovednosti a především um pracovat s rodným jazykem, slovní zásobou, pohotově reagovat bez užívání vatových slov. Mnohdy se stává, že dochází mezi klientem a bankéřem ke vzájemnému nepochopení z toho důvodu, že klient není schopen používat správné výrazy a bankéř provede chybnou komunikační analýzu. Tyto schopnosti užívat český jazyk je do určité míry možné nacvičit, budeme se touto problematikou zabývat v následujících kapitolách.

#### **4 Specifika nepřípravené komunikace**

Komunikace, řeč, jazyk – jediné prostředky, které může telefonní bankéř využívat pro svou práci. Česká spořitelna nabízí klientům možnost ovládat svůj účet a další finanční produkty prostřednictvím různých kanálů. Snaží se takto vycházet jim vstříc a nabídnout co možná nejlepší služby. Je tedy možné využívat jak bankovníctví internetové, tak i telefonní. Někteří klienti využívají pouze a výhradně služeb telefonního bankovníctví. Mnozí proto, že obsluze

---

<sup>20</sup> Jedná se o ostrý provoz, tedy přímý rozhovor bankéře a klienta.

účtu přes internet nevěří, jiní proto, že to neumí. Většinou však volají klienti, kteří mají raději přímý kontakt s živým člověkem a chtějí si třeba i popovídat.

Česká spořitelna nabízí klientům dvě telefonní linky, každou za určitých podmínek a určitým účelem:

- Bezplatnou **informační linku**<sup>21</sup> poskytující všeobecné informace týkající se produktů a teoretických rad. Bankéř zde nemá možnost klientovi nahlédnout přímo na účet nebo ověřovat konkrétní nastavení, pohyby, aj. Zde je nutné, aby klient dokázal co nejlépe a nejpřesněji vysvětlit problematiku, o které si přeje hovořit, aby mu mohla být poskytnuta správná rada či informace.
- Druhá linka je **transakční linka**<sup>22</sup>, na které bankéř přímo vidí konkrétní informace a dokáže lépe identifikovat, co a proč se klientovi na účtu děje. Toto volání si klient hradí sám a vůbec existence samotné služby je nadstandardní a dle typu účtu zpoplatněná.

Velmi důležitou součástí umu telefonního bankéře je vcítit se a přizpůsobit klientovi. Pokud tedy hovoří s 80letou babičkou, rychlost řeči, intonaci, používané výrazy, slovní obraty a vůbec celý projev je nutné přizpůsobit tak, aby bylo vysvětlení a poskytnuté informace srozumitelné. Naopak v komunikaci s inženýrem sběhlým a orientujícím se v bankovním slangu a terminologii, můžeme užívat jiných formulací a vlastně i celkového přístupu.

Přímo Klientské centrum České spořitelny má ve svých interních předpisech stanoveny, **tzv. standardy komunikace**, paradoxně jsou v nepřipravené komunikaci mnohem striktnější a pevněji stanoveny než u připravené. Jsou dána pravidla a parametry, které má bankéř povinnost dodržet. Každý měsíc je pak několik hovorů hodnoceno v supervizích<sup>23</sup> a mimo to existují ještě další kritéria, která je nutné splnit, jako např. efektivita, nabídka, prodej doplňkových služeb. Za důležitý faktor se považuje délka hovoru – čím kratší, tím lépe, samozřejmě ne za každou cenu a na úkor kvality.

Bankéř se nikdy nemůže dopředu připravit na konkrétního klienta, protože neví, s jakým dotazem se na něj obrátí. Celý rozhovor tedy probíhá nepřipraveně. Jedinými pomůckami pro bankéře jsou věcné informace, které si může vyhledat v počítači, např. úrokové sazby, poplatky, apod. Je tedy nezbytné, aby byl bankéř v práci s jazykem sběhlý a dokázal reagovat i ve chvíli,

<sup>21</sup> Bezplatná linka 800 207 207, funguje 24 hodin denně

<sup>22</sup> Linka speciálně zřízená za účel posílání jednorázových příkazů k úhradě, změny v nastavení služeb a účtů

<sup>23</sup> Vedoucí každý měsíc vybere několik hovorů, které jsou hodnoceny striktními a přesně stanovenými parametry supervizích protokolů a standardů komunikace dle vnitřních předpisů

kdy něco neví, není si jistý, pokud se klient zlobí, případně je vulgární. Banka vydává finanční prostředky na neustálé proškolení bankéřů i v oblastech jako jsou komunikace, asertivita, stres, práce s hlasem.

#### **4.1 Standardy mluvené nepřipravené komunikace dle vnitřních předpisů**

Česká spořitelna má jasně a pevně vymezeny standardy komunikace, kterými je bankéř povinen se řídit. Díky těmto přesným zásadám mají všechny hovory stejnou strukturu. V případě nedodržení standardů, hrozí bankéři postihy.

##### *4.1.1 Hovor - úvod, pauza, rozloučení*

#### **Úvod hovoru**

*"Dobrý den, u telefonu Jan Novák. Co pro Vás mohu udělat?"*

Po sdělení požadavku klientem:

*"Ano, ... rád/a Vám s tím pomohu,"*

*"Jistě, ..."*

*"Samozřejmě. ..."*

#### **Prostřední část (pauzy)**

Pozorně posloucháme klienta, v případě potřeby klademe doplňující otázky. Pokud potřebujeme vyhledat nějaké informace, popř. potřebujeme něco konzultovat, platí jedno obecné pravidlo, klienta nesmíme nechat čekat bez našeho kontaktu (mluvení) déle než 30s. Musíme zhodnotit situaci a máme několik možností:

- a) Vyhledáme jednoduché informace (typu kurz, úroková sazba...). Klienta nemusíme vůbec uvádět do pauzy. Vyhledáváme informace a zůstáváme v kontaktu.

b) Víme, že vyhledávání nebude moc dlouhé (cca do 30s), klienta uvedeme do pauzy:

*"Okamžik prosím"*

*"Rád(a) Vám tuto informaci sdělím, počkejte prosím malou chvíli."*

*"Počkejte prosím malou chvíli, tuto informaci pro Vás vyhledám."*

*"Počkejte prosím chvíli, já tuto informaci ověřím."*

*"Chvíli strpení, prosím, já Vám tuto informaci vyhledám."*

#### Prodlužování pauzy

Pokud se nám informaci nepodařilo do 30s zjistit, vrátíme se ke klientovi a požádáme znovu o strpení (při pouhém prodlužování pauzy není nutné upoutat klientovu pozornost, tj. nemusíme se ptát, zda se slyšíme):

*"Ještě chvíli prosím"*

*"Pane Nováku, slyšíme se? Ještě chvíli strpení prosím, informaci vyhledávám."*

#### Návrat ke klientovi

Pokud zjistíme požadovanou informaci, a vracíme se do hovoru s tím, že už v něm budeme pokračovat, potřebuje vždy znovu upoutat klientovu pozornost. Vrátime se do hovoru např. takto:

*"Slyšíme se prosím?"*

*"Slyšíme se pane Nováku?" (zásadně nepoužíváme "Haló", apod.)*

*"Informaci jsem pro Vás ověřila"*

*"Mohu, prosím, pokračovat?"*

Jestliže víme, že budeme vyhledávat déle, popřípadě budeme potřebovat konzultaci s vedoucím týmu:

*"Pane Nováku, já Vám tuto informaci ráda zjistím (vyhledám), její ověření však může trvat několik minut."*

*"Vyčkáte u telefonu, nebo si přejete být kontaktován později?"*

Podle rozhodnutí klienta provedeme akci. V případě vyčkání klienta na telefonu přidržíme hovor pomocí hudby. V tomto případě nemusíme dodržovat pravidlo 30s. Po návratu na linku se vždy ohlašujeme. Například: "Slyšíme se?" nebo "Slyšíme se, prosím?" V případě zpětného volání řešíme ve spolupráci s vedoucím týmu.

### **Závěr hovoru**

V závěru hovoru vždy nabídneme klientovi další pomoc, např.:

*"Mohu pro Vás ještě něco udělat?"*

*"Mohu Vám ještě s něčím pomoci?"*

*"Mohu pro Vás udělat ještě něco jiného?"*

*"Budete si přát další informace?"*

*"Jaké je vaše další přání?"*

Pouze v případě, že máme opodstatněný důvod si myslet, že by klient tuto větu vnímal negativně, tak ji říkat nemusíme.

### **Závěrečná věta:**

*"Děkujeme Vám za zavolání (využití služby S24) a přejeme Vám pěkný den (víkend, dovolenou apod.). Nashledanou (naslyšenou) ."*

*"Děkujeme za zavolání a přejeme zdárné vyřešení této situace."*

#### **4.1.2 Hlavní připomínky ke komunikaci**



## Obecné zásady

- Neskáče klientovi do řeči, necháme ho dokončit větu. Pokud však vede klient dlouhý monolog, který nikam nevede, citlivě mu do něj vstoupíme.
- Používáme krátké, jasné věty.
- Při hovoru s klientem mluvíme přímo k němu.
- Nečteme Intranet<sup>24</sup> slovo za slovem - vybereme pouze to, co klienta zajímá a sdělíme mu informace vlastními slovy. Nemluvíme jako automat.
- Na začátku hovoru pozdravíme jako první, na konci hovoru závěrečné rozloučení vyslovíme až po klientovi. Sluchátko pokládá jako první na konci hovoru klient.
- Při odsouhlasení transakce je nutné od klienta získat jednoznačný souhlas, (např. "ano"; "souhlasí"; "v pořádku"), aby mohla být transakce potvrzena. Vyjádření jako: "Děkuji, hodná"; "No...." jednoznačný souhlas nevyjadřují.

## Nevhodné výrazy a jak je nahradit

Nevhodné výrazy:	Co říct:
Před přidržení hovoru "Já to zkontroluji" nebo "Já se podívám ..."	"Chvilku (okamžik), prosím, já si tuto informaci ověřím" nebo "Rád(a) Vám tuto informaci sdělím, malý okamžik prosím." apod.
Po pauze nebo přidržení klienta: "Haló"	"Slyšíme se, prosím?" "Slyšíme se, pane Nováku?"
Klient dlouho vede monolog: "Hmm", "jo"	"Ano" ("Rozumím") příp. "Pokračujte, prosím." apod.
Slova jako: "nemůžeme" "neumíme" "nechci"	Nabídka jiného řešení "Situace je taková, že ..."
Podobně: "musíte"	"Stačí, abyste..."; "Je třeba, abyste..." "Je nutné..." "Bylo by vhodné, kdybyste..."
"Nezlobte se ..., " (evokuje pocit, že by se klient mohl zlobit)	"Omlouvám se, ..."

## Některé časté situace a jejich řešení

<sup>24</sup> Interní webové stránky Klientského centra České spořitelny poskytují a shrnují všechny informace o produktech

Klient se rozčiluje, že někde <b>nefunguje bankomat</b> , volá, abychom to věděli, je nazlobený.	"Děkujeme, že jste nás na tuto skutečnost upozornil. Předám ji kompetentním pracovníkům ke sjednání nápravy."
Klient se <b>nemůže rozhodnout</b> pro jeden z produktů, např. : " <i>Nejsem si jistý, zda-li si mám založit stavební spoření nebo raději nějaké životní pojištění, ...</i> "	"Záleží na Vás, k jakému účelu chcete v budoucnu své peníze využít. Vysvětlím Vám všechny možnosti a vy si můžete zvolit to, co Vám bude nejlépe vyhovovat. "
Klient si chce stěžovat na ČS., na pobočku, na někoho konkrétního..	Vždy se snažíme s klientem situaci vyřešit přímo v hovoru. Pokud je to vhodné, omluvíme se. Ke kolegům se nevyjadřujeme ? nebyli jsme u konkrétního jednání. Pokud to situace vyžaduje, sepíšeme reklamaci. V určitých případech můžeme poskytnout kontakt na ombudsmany.
Klient <b>požaduje něco, co mu zjistí jinde.</b>	"Informaci je možné získat..."
Klient použije v hovoru <b>celé znění svého hesla</b> (např. omylem).	"Pane/paní XY, jelikož jste nyní použil/a celé znění Vašeho hesla, doporučuji Vám heslo si změnit. Příště prosím použijte jen čísla z těch pozic, na které se Vás telefonní bankéř zeptá. Změnu hesla můžete provést bezplatně na naší transakční lince, prostřednictvím automatického hlasového systému."

#### 4.1.3 Jednotné odpovědi

##### Oslovování klientů

Pokud je klient ověřený nebo se představí, vždy ho alespoň dvakrát oslovíme. Jestliže je jeho jméno velice složitě, je třeba cizinec, přesto se musíme při ověření zeptat a jméno se snažíme přečíst z obrazovky tak, jak je tam napsané. V případě, že se klient představí jen příjmením nebo se nepředstaví vůbec, tak se ho zeptáme: "*Mluvím s panem XY?*"

##### Potvrzovací fráze po odeslání příkazu, provedení transakce

Jedná o nutnou a povinnou frázi, která musí vždy zaznít: *"Transakce byla přijata ke zpracování."*

### **Zneužití linky**

*"Toto telefonní číslo je určeno výhradně k poskytování informací o službách Finanční skupiny České spořitelny. Nemáte-li dotaz týkající se této oblasti, není možné v hovoru pokračovat."*

*"Pokud nemáte žádné dotazy, týkající se Finanční skupiny České spořitelny, není možné v tomto hovoru pokračovat."*

*"Upozorňuji Vás, že z bezpečnostních důvodů jsou veškeré telefonáty nahrávány. Pokud budete zneužívat naši linku, bude Vaše tel. číslo předáno policii. Právě probíhá identifikace telefonní stanice, ze které voláte."*

### **Ukončení hovoru ze strany telefonního bankéře**

O každém takovém hovoru je vždy nutné informovat vedoucího týmu. V hovoru je třeba zachovat profesionalitu a postupovat s maximální opatrností a emoční vyrovnaností.

- a) Pokud klient používá vulgární výrazy a uráží osobu telefonního bankéře, upozorní bankéř klienta. Pakliže je klientovou snahou evidentně útok na osobu bankéře, může již v tomto okamžiku ukončit hovor.

*"Pane Nováku, pokud budete i nadále používat tento způsob komunikace, není možné nadále v hovoru pokračovat."*

*"Jelikož Váš styl komunikace je pro nás neakceptovatelný, je mi líto, ale jsem nucen/a hovor ukončit. Nashledanou."*

*"Je mi líto, ale jsem nucena hovor ukončit. Nashledanou."*

- b) Ukončení hovoru ze strany bankéře při dlouhotrvajícím hovoru, který přes veškerou snahu nevede k cíli, jedná se pouze výjimečné situace. Případně může dojít k situaci, kdy klient volá na linku nadále a dožaduje se komunikace.

*"Pane Nováku, dovoluji si Vás upozornit, že pokud neuvedete k této záležitosti nové skutečnosti, vyhrážujeme si právo na ukončení hovoru."*

*"Pane Nováku, vezměte prosím na vědomí naši předchozí informaci, že za stávající situace již nadále nebudeme pokračovat v komunikaci s Vámi."*

## **Hrozba bombou**

Aby bylo možno policii poskytnout více záchytných bodů, musíme se pokusit rozhovor co nejvíce protahovat, volajícího přimět, aby mluvil hodně a především nepřipraveně.

Chování při příjmu hrozby bombou (hrozba přichází téměř vždy telefonicky):

- neprodleně upozornit vedoucího týmu na přijetí takového hovoru,
- pozorně naslouchat,
- nepřerušovat volajícího,
- získat pokud možno co nejvíce informací (kdy bude bomba explodovat, kde se nachází, jak bomba vypadá, jaké je to bomba, proč jste bombu položil, odkud voláte, příp. jak se jmenujete),
- případně se prohlase se za nekompetentního a pokuste se o přepojení.

*"Děkujeme za informaci. Můžete nám upřesnit místo, kde se bomba nachází?"*

*"Upřesněte, prosím, kdy dojde k výbuchu."*

*"Upřesněte nám, prosím, na které z našich poboček dojde k výbuchu." <sup>25</sup>*

## **4.2 Průběh hovoru telefonního bankéře s klientem**

Bankéř sedí u počítače a vyčkává na hovor klienta. V případě, že zavolá, ozve se z počítače vyzvánění a bankéř hovor přijme. Ohlásí se podle standardu komunikace: „*Dobrý den, u telefonu Soňa Rajtrová, co pro Vás mohu udělat?*“ Od klienta by měla následovat zpětná vazba a měl by se taktéž představit, což rozhodně ne všichni klienti učiní. Následuje klientovo sdělení, jaké má přání, dotaz, stížnost. Toto je jedním z nejdůležitějších momentů. Klient má většinou zmatek v názvech, pojmech, plete si to, zaměňuje jedno s druhým. Je tedy na bankéři, aby provedl

---

<sup>25</sup> <http://www.csin.cz/jive/entry!default.jspa?categoryID=138&entryID=6926&fromSearchPage=true> [cit.20.2.2011]

správnou analýzu, položil několik kontrolních otázek a snažil se upřesnit si, co klient vlastně požaduje.

Během hovoru je nutné stále zachovávat zdvořilé a asertivní chování a mít na paměti, že klient je zde pánem. Pokud se klientovi něco nelíbí a je nespokojen, vyjadřujeme pochopení pro situaci a stále opakujeme, že je nám to velice líto, omlouváme se a doufáme, že vše bude napraveno k jeho spokojenosti. Snažíme se udělat maximum, abychom ho uklidnili. Mnohdy dochází k situacím, kdy klient pravdu skutečně nemá a je nutno zvážit, zda je vhodné zkusit ho opatrně upozornit. Často je však lepší nechat ho raději vychladnou a zbytečně neprovokovat. Někteří klienti jsou natolik rozezlení, že se uchylují k užívání vulgarismů jak na adresu konkrétního bankéře, tak i na adresu celé banky. V takovém případě má bankéř možnost zdůraznit, že pokud bude i nadále přistupovat k vulgarismům, bude hovor ukončen. V případě výhrůžek je dokonce možné klienta postrašit předáním jeho telefonní čísla na policii.

V závěru hovoru se bankéř dotáže, zda má klient ještě nějaké další přání. Pokud ne, pak by měl bankéř učinit nabídku nového produktu či doplňkové služby. Jestliže klient souhlasí s přímým prodejem, odsouhlasí povinné otázky a hovor ukončí. Pokud se jedná o prodej nepřímý či žádný, je hovor ukončen taktéž standardním způsobem: *„Děkujeme Vám za zavolání a přežeme hezký den. Na slyšenou.“* Vždy platí pravidlo ukončení hovoru klientem jako prvním, minimálně závěrečné „na shledanou“ by měl říct jako první. Ne vždy je to ale možné, někteří klienti nedělají nic a čekají, až hovor ukončí bankéř, zatímco jiní se s pozdravem ani neobtěžují a prásknou sluchátkem rovnou.

### **4.3 Praktické ukázky komunikace bankéře s klientem**

#### **4.3.1 Ukázka první**

Jako nejčastější příklad je možno uvést nerespektování rozlišení informační a transakční linky. Klient zavolá tedy na informační linku a i přes opakované sdělování, že se jedná pouze o všeobecné informace o produktech České spořitelny, domáhá se okamžitého sdělení jím požadovaných informací. Zkouší bankéře přesvědčit, ať mu to přece jenom řekne: *„No dobře, tak mi aspoň řekněte, proč se mi ten příkaz neprovedl.“* Anebo: *„Řeknu Vám všechno, co budete*

*chtít, rodné číslo, číslo účtu, PIN, cokoliv.*“ Pakliže neuspěje a bankéř trvá na nesdělení, začne být dotčený a většinou i vyhrožuje zrušením účtu: „*No to je výborné, Vy teda máte skvělé služby, tolik peněz Vám za to platím a když potřebuju, tak mi to nejste schopná říct. Víte co, nejlepší bude, když si ten účet u Vás zruším, stejně ze mě pořád jen taháte peníze...*“ Tyto hovory jsou velmi nepříjemné a bankéři musí vyslechnout urážky o své neschopnosti a hlouposti.

#### 4.3.2 Ukázka druhá

Velice často klienti nerozlišují například trvalý příkaz od souhlasu s inkasem. Pokud klient sdělí, že má trvalý příkaz na určitou částku a přeje si jej třeba zrušit, pak se může stát, že bude bankéř marně pátrat mezi trvalými příkazy. A po 2 minutách hledání<sup>26</sup> (což je na telefonu velmi dlouhá doba) se konečně dopátrá, že se vlastně jedná o souhlas s inkasem. Nastává další překážka – je nutno identifikovat, o který souhlas s inkasem se jedná. Zatímco u trvalých příkazů je jasně stanovaná částka, u souhlasů s inkasem je nastavený maximální možný limit, který zpravidla bývá nadhodnocený nebo neomezený. Bankéř vidí pouze číslo účtu, nevidí jméno nebo název toho, komu byl souhlas vystaven, jedinou informací je symbol souhlasu, např. nájemné, pojistné, školné, elektřina. Při snaze upřesnit si, o který souhlas se tedy jedná, klient odpoví: „*No, to je ten, jak tam posílám ty peníze kvůli té pojistce, co máme na byt, protože nám paní říkala, že je výhodné, tak jsme si to dali, ale nám se to nelíbí a chceme ho zrušit*“. Při náhledu na symboly zjistí bankéř, že pojistek je tam pět. Tudíž na základě špatné komunikace se z úkonu, který běžně trvá od začátku do konce asi 2-3 minuty, stane 8 minutový hovor, který může být následně ukončen tím, aby klient nejprve zjistil co vlastně chce zrušit a až poté zavolal.

#### 4.3.3 Ukázka třetí

Další obvyklou záměnou bývá typ účtu. Klienti nejčastěji využívají sporožirový účet, který je výhradně pro soukromé účely. Pro podnikatelské záměry je nabízen běžný účet. Slovo *běžný* je ovšem natolik zavádějící, že většina klientů nazývá sporožirový běžným. Pokud mají účet pouze jeden, je situace jednoduchá a logicky bankéř oduší, že se jedná o sporožirový. Někteří klienti však mají účty oba, je proto nutné opět zahájit analýzu. Ještě horší je, pokud klient volá na informační linku, kde bankéř na účet nebo účty nevidí a nemá z čeho odvozovat. Pokládají se tedy doplňkové otázky: „*Jedná se tedy o Váš sporožirový účet nebo běžný?*“ A klient odpoví:

<sup>26</sup> Bankéř je povinen dle platných standardů odmlčet se maximálně 30 vteřin, poté se musí klientovi opět ohlásit, přípustné je pouze požádat klienta o delší časový úsek pro vyhledání informace.

„No normálně, ten můj běžnej, co mám.“ Následuje hlubší analýza: „Je to účet pro Vaše soukromé potřeby, na který Vám chodí výplata nebo se jedná o účet za nějakým jiným účelem, například podnikatelským?“

#### 4.3.4 Ukázka čtvrtá

Klient má možnost využívat jak telefonní, tak internetové bankovníctví (dále jen IB), ke kterému je třeba několik hesel a různých čísel. V případě užívání IB se klient po třetím chybném pokusu zablokuje a poté musí volat telefonicky na transakční linku pro odblokování. Pokud údaje má a zná postup, je to velmi rychlá operace bez jakýchkoliv obtíží.

Druhou možností je, že údaje má, ale nerozumí tomu, a pak nastává velký tlak na bankéře, jak podat vysvětlení co nejlépe, aby klient pochopil.

Třetí variantou je, že některý z údajů nemá a je mu nabídnuto řešení – opětovné zaslání, návštěva pobočky.

Čtvrtou možností může být klient, jenž nemá všechny údaje a ještě si to plete. Tyto komplikace a neustálé záměny bezpečnostních údajů, denně volají desítky a často i stovky klientů, způsobuje banka sama chybnou terminologií. Klient potřebuje 3 údaje, bezpečnostní kód (8 číslic), který mu byl vytištěný na samostatném papíru hned při zřízení služby na pobočce, dále tzv. mailer<sup>27</sup> – je to doporučená obálka, ve které je uvedené klientské číslo (10 číslic) a heslo (6 číslic). Dříve se toto heslo jmenovalo bezpečnostní heslo, nyní heslo pro telebanking. Aby to nebylo jednoduché, tak pro IB zůstane klientské číslo, ale s pomocí hesla pro telebanking si vytvoří svoje vlastní, které musí být kombinací čísel i písmen, pro telebanking však zůstává to staré. V telefonu se tedy ozve zoufalý klient, který si zablokoval svoje IB a chce ho odblokovat. Bankéř se ptá: „Máte k dispozici klientské číslo a šestimístné bezpečnostní heslo pro telebanking, které máte v té původní obálce?“ „Ano.“ „A bezpečnostní kód z Protokolu o zřízení uživatele máte taktéž?“ „Ano.“ Klient nadiktuje klientské číslo, ze šestimístného hesla systém vybere pouze 3 náhodné pozice, bankéř vyzve, zadá a nic – přihlášení neúspěšné. „Opravdu máte to bezpečnostní heslo pro telebanking, které má 6 číslic?“ „Ano!“ Je možné, že udělal chybu bankéř, požádá o nově vybrané pozice, ještě jednou vše překontroluje, potvrdí – neúspěšné přihlášení. Zkusí to tedy znovu: „Sdělte mi prosím, odkud mi to heslo čtete.“ „Z protokolu.“ V tuto chvíli je jasné, že klient nesděluje bezpečnostní heslo, nýbrž bezpečnostní kód. Klient vůbec neposlouchá, slyší slovo „bezpečnostní“ a okamžitě mu padne zrak na kód. Ve některých případech si všimnou, že je bezpečnostní i heslo. Ale u nových údajů je pouze název heslo pro

---

<sup>27</sup> Souhrnný název pro oba bezpečnostní údaje – klientské číslo a heslo pro telebanking.

telebanking, což je značný problém. Jedná se o chybně zvolenou terminologii ze strany banky u původních údajů, ale taktéž zmatek vytvořený přejmenováním údajů nových. Naprostou třešničkou na dortu v případě, že bankéř klientovi asi osmkrát dokola vysvětloval, který údaj, jak se jmenuje, kde ho najde a kolik čísel má, po něm chce, vyštěkne naštvaný klient: „*No, to jste ale neříkala!*“

Další možností je nahlášení svého vlastního hesla pro IB, které nesmí nikdy nikomu sdělovat, místo původního hesla. Obsluha účtu přes hlasový automat<sup>28</sup> umožňuje provést odblokování klientovi samotnému, což považují doslova za past na klienty. Pokud využívá pouze IB a běžně telefonicky nevolá, má jen svoje heslo pro IB, ostatní údaje buďto už vyhodil v domnění, že je nebude potřebovat, anebo je po mnoha letech nepoužívání nemůže najít. Když se klient snaží odblokovat se sám, většinou se zablokuje kompletně. A v takovém případě je jediné řešení, nechat mu poslat nové heslo, které mu však přijde do týdne a je to s poplatkem 100 Kč. Nejprve bankéř vyslechne několik nelichotivých vět, protože klient to určitě všechno zadával správně a my jsme ho zablokovali schválně a po zmínění poplatku za odblokování následuje druhé kolo, tentokrát, že si zruší účet, protože nás už má dost.

#### 4.3.5 Ukázka pátá

Velmi těžce se s klienty jedná v případě, že si přejí zablokovat platební kartu z důvodu ztráty nebo odcizení, karet mají více, ale ztracená je pouze jedna. Především u starších ročníků je třeba vypátrat, která karta je správná, abychom neprovedli chybnou blokaci. Bankéř se ptá: „*Kterou kartu budeme blokovat?*“ „*Tu moji, co mám do automatu.*“ „*Tu kreditní, kde máte od nás limit, ze kterého můžete vybírat peníze navíc nebo debetní, tedy kartu přímo k Vašemu účtu, ze které vybíráte svoje vlastní peníze?*“ „*Kreditní, co si z ní vybírám svoje peníze, co mám na účtu.*“ Mnohdy se stává, že karty skutečně není možné od sebe identifikovat. Často je klient schopný sdělit pouze barvu, karty však mají různé barvy. Momentálně se nachází venku, karta doma, takže nemá číslo karty, číslo kartového účtu, prostě nic. V takovýchto případech se doporučuje zablokovat z bezpečnostních důvodů všechny karty s možností odblokování.

#### 4.3.6 Ukázka šestá

Na informační i transakční lince jsou poskytovány informace o otevíracích dobách poboček, telefonních kontaktech na jednotlivé pobočky nebo možnost vyhledání dostupných bankomatů

---

<sup>28</sup> Součást Transakční linky, nabízí stejné možnosti, klient však nehovoří s bankéřem, nýbrž vybírá pouze z nabídky pomocí číslic na telefonu.



v provozu. Volá-li klient z menšího města, obvykle je vyhledání takovéto pobočky bez zdržení. Dochází však k případům, kdy klienti, nejčastěji obývající Prahu, automaticky spoléhají na to, že Klientské centrum, kam právě volají, samozřejmě v Praze sídlí a bankéř zná naprosto dokonale nejen všechny ulice či bankomaty, ale samozřejmě i přilehlé okolí.

V telefonu klient sdělí, že potřebuje telefonní číslo na pobočku a sdělí „ulici“ (ve skutečnosti to není ani název pobočky, ani ulice, pouze lidově to je takto nazýváno). Je nutné si upřesnit, o jaké město se jedná. Klienti se vždy velmi diví, proč bankéř automaticky neví, že je v Praze, případně jinde. Podle zadané klientovy „ulice“ systém žádnou pobočku nehlásí. V tuto chvíli nastává doslova pátrací akce, klient se snaží bankéři pomoci a sděluje: *„No to je tady, u té nové Billy, jak je parkoviště na rohu.“* Bohužel, ne vždy se podaří záhadu rozluštit a občas je skutečně hovor ukončen nemožností vyhledat pobočku či bankomat.

## **5 Specifika připravené komunikace mluvené**

Připravená komunikace bankéře s klientem je realizovaná dvěma způsoby - mluvenou a psanou formou. Bankéři jsou speciálně vyškolení a mají stanoveny určité podmínky a standardy, určené vnitřními předpisy, které jsou povinni dodržovat. Dále mají prostor si dopředu nachystat odpověď, anebo se mohou řídit tzv. komunikačním skriptem.

Velkou měrou se do popředí tlačí snaha, aby klienti banky využívali co největší množství doplňkových služeb a za každou z nich platili. Bylo tedy vytvořeno samostatné telemarketingové

oddělení s pracovní náplní bankéřů volat klientům a nabízet jim konkrétní produkt či službu, případně obvolávání dotazníků týkajících se spokojenosti klienta nebo dalších informací. Jedná se o speciálně vytvořené skupiny lidí, kteří produkt nemají a jsou podle tvůrců těchto kampaní vhodní pro jeho sjednání. Telefonní bankéř nemá přístup do žádných klientských dat, sám není schopen žádné informace vyhledávat či ověřovat. Pole působnosti je tedy omezené na kontakt, nabídku a prodej.

Bankéři jsou speciálně školení v užívání „prodejních vět a formulací“. Mimo to je na monitoru kromě základních údajů jména, data narození a zásadní informace pro učinění nabídky, komunikační skript. Je to vlastně forma berličky a pro každý produkt či marketingovou kampaň existuje vlastní komunikační skript, jenž přesně, slovo od slova, zobrazuje, co má bankéř říct. Komunikační skript bankéř telemarketingu používat může, ale nemusí, není to povinnost. Jsou tedy tací, jenž se opravdu omezují výhradně na věty ze skriptu a naopak jiní, kteří se na něj ani nepodívají. Samozřejmě v případě nějakých klientových doplňujících otázek nebo snahy o diskuzi, pak už ani tento komunikační skript nestačí a je nutné, aby bankéř uměl pohotově reagovat. Mnohdy klienti doslova odchází od tématu a snaží se řešit zcela jiné věci. Bankéř by měl být schopný převést řeč zpět na jím zvolené téma. Taktéž by se to dalo nazvat, že hovor řídí bankéř.

## **5.1 Průběh hovoru telefonního bankéře s klientem**

Bankéř se v potřebné aplikaci v počítači přihlásí do marketingové kampaně, která mu byla určena. Může se jednat o pojištění, doplňkové služby k účtu, kreditní karty, doplňkové služby ke kreditním kartám, hypotéky, kontokorenty aj. Volá však vždy pouze jeden produkt, je tedy možné, aby celý den obvolával pouze kontokorenty. U zkušenějších bankéřů se kampaně střídají zpravidla po 2-3 hodinách. Automaticky jsou mu přidělovány hovory systémem, jeden po druhém. Telefon vyzvání po dobu 25 sekund, pokud ho nikdo nezvedne, automaticky systém hovor ukončí a začne vytáčet další. Většinou jsou nastaveny 3 pokusy v intervalu asi 4 hodiny, poté kontakt z databáze vypadne. V případě potřeby je možné nastavovat zpětné volání v konkrétním čase.

Bankéř po dobu vyzvánění vidí hlavní obrazovku, tedy jméno klienta a základní informace o něm. Ví dopředu s kým bude hovořit, zda s mužem či ženou a jaký produkt mu bude nabízet. Pokud je hovor přijat, ohlásí se bankéř dle standardů komunikace pro telemarketing: „*Dobrý den, u telefonu Soňa Rajtrová z České spořitelny, hovoří prosím s panem Jiřím Novákem?*“ Pokud s panem Novákem nehovoříme a zvedne to třeba manželka, požádáme ji o sdělení vhodnějšího času, poděkujeme a hovor ukončíme. Pokud se ohlásí sám pan Novák, bankéř

ve svém komunikačním skriptu zaškrtně „ověření v pořádku“, dostane se na další stránku, nadechne se a přesně podle skriptu řekne: *„Vzhledem k tomu, že jste našim váženým klientem, připravili jsme pro Vás nabídku předem schváleného kontokorentu ve výši 20 000 Kč. Kontokorent máte nyní možnost získat zcela jednoduše, bez dokazování příjmů či schvalování. Byla by pro Vás taková možnost zajímavá?“*

Důležitým kritériem, které často není splněno, je, aby bankéř nevedl monolog, ale aby s klientem komunikoval, stále udržoval jeho pozornost a nutil ho reagovat. Pokud klient odpoví „ANO“, zaškrtně bankéř příslušné políčko a dostane se na další stranu, ze které již hlásí: *„Výborně, můžeme tedy přistoupit ke zřízení kontokorentu.“* Součástí prodeje a uzavření smlouvy na dálku je nutné zodpovězení povinných otázek klientem, které jsou vyznačeny ve skriptu červeně a bez jejich zaškrtnutí nepustí systém bankéře na další stránku. Dále musí zaznít některé skutečnosti, jako např. úroková sazba, poplatky, odkaz na Všeobecné obchodní podmínky, možnost odstoupení od smlouvy do 14 dnů, apod. S kritickým okamžikem sdělování poplatků si šikovný bankéř umí poradit, v hovoru to samozřejmě zazní, nicméně klient to registruje málokdy.

V případě, že řekne „NE“, opět se posunujeme skriptem, který nás navádí, abychom klientovi poskytli další informace. Sdělíme tedy výhody produktu či služby a čekáme reakci. Pokud se rozhodne pro sjednání, dostaneme se ve skriptu opět na poslední stranu, kde učiníme rekapitulaci a souhlas. Jestliže klient stále odolává, musí bankéř zvýšit prodejní iniciativu, uchýlí se k užívání doporučených prodejních slov a frází, např. výhodné, jednoduché, zvýhodněné, apod. V některých případech tato komunikace s klientem již není o tom, co a jak řeknete, ale spíše, kdo z vás to déle vydrží.

Většinový podíl během rozhovoru mají především naučené fráze. Bankéř pracující na této pozici déle již automaticky ví, co a jak klientovi odpovědět. Častou přesvědčovací metodou je používání příkladů. Bohužel tato telemarketingová komunikace neukazuje to, jakým způsobem bankéř dokáže s českým jazykem pracovat a jakou má vyjadřovací úroveň, pouze to, do jaké míry a jak čteně umí využít naučené prodejní věty.

## **5.2 Praktické ukázky komunikace bankéře s klientem**

Termín pro obvolávání klientů telemarketingem je pevně stanoven, a to vždy pouze v pracovní dny v čase od 8.00 do 20.00. Stává se tedy, že jsou klienti zastiženi v nejrůznějších situacích a denních dobách. Podle toho se může komunikace odvíjet, někteří umí být nepříjemní, někteří to berou s humorem a jejich sdělení bývají vtipná.

### 5.2.1 Ukázka první

Hned zrána se bankéři může podařit klienta probudit, což není zrovna příjemná záležitost. Na otázku, zda bankéř hovoří s dotyčnou klientkou, mu bylo sděleno: *„Mně se ještě neprobudil mozek, zavolejte odpoledne.“* Zastihnout klienty na cestě metrem, tramvají či autobusem není neobvyklé, stejně tak při cestě automobilem, bohužel však v takovém případě se velmi často setká bankéř s nevlídností a nadávkami, proč „otravuje“ zrovna, když klient řídí a opravdu si nehodlá povídat, protože se nechce nabourat nebo dostat pokutu.

### 5.2.2 Ukázka druhá

Taktéž klienti příliš nevitají polední dobu, jsou rušeni při obědě. Mnohdy bývají velmi pracovně vytíženi: *„Prosím Vás, zavolejte si radši nějakému důchodci, já jsem starosta a opravdu nemám čas na takové marketingové záležitosti.“* Anebo obdobně: *„Jestli mi chcete něco nabízet, tak na to nemám fakt čas. Kontaktujte si důchodce nebo ty blbečky z parlamentu, kteří mají času tři prdele!“*

### 5.2.3 Ukázka třetí

Již mnohem zajímavější situací je, když s Vámi klient telefonuje a stojí u toho na střeše. Další, snad až zvláštní a nečekanou situací, bývá porod. Klientka na otázku, zda má čas, odpověděla, že nikoliv. Bankéř se tedy správně nabídnul, zda ji může zastihnout později. Odpověď: *„To těžko, já čekám na porod.“* Nebo obdobně: *„My nemáme čas, my zrovna rodíme.“*

### 5.3.4 Ukázka čtvrtá

Někteří klienti se snaží bankéře „uzemnit“ nebo být za každou cenu vtipní, mnohdy však vyloženě vulgární. *„Mohu hovořit s panem Eduardem Francouzem?“* *„To si ho budete muset najít, leda bych Vám mohl nabídnout francouzský polibek.“*

Občas dojde k situaci, kdy se volá klientovi opakovaně nebo je mu chybně nabízen produkt, který již má: *„Slečno, vy jste tam nějakí zmatení, já už cestovní pojištění mám a furt mě ho nabízíte, toš si udělejte pořádek v tom bordelu a už mě neobtěžujte.“*

### 5.3.5 Ukázka pátá

Při otázce, zda klient nosí v peněžence platební kartu, aby mu bankéř mohl nabídnout možnosti pojištění při odcizení, odpověděl: „*Já nosím v peněžence nůž a kondom, co děláte večer?*“ Ani jiná pozvání obdobného typu, jako např. na večeři, víno či skleničku, nejsou výjimkami. Klientka prohlásila taktéž k pojištění karty z důvodu ztráty: „*Kartu si pojistím, až budu sklerotická.*“

Zejména u starších klientů dochází k dezorientaci v názvech produktů a bankovní terminologii. Nabídka předem schváleného kontokorentu: „*Slečno, já ale o žádný fontoforent zájem nemám!*“ Taktéž při nabídce Chytré karty: „*Já nechci Chytrou kartu, s kterou bych mohla jít do kontokorentu!*“

### 5.3.6 Ukázka šestá

Taktéž při oslovování klientů s nejrůznějšími příjmeními je nutné nejen správné skloňování, ale i pevné nervy. Povinnost oslovit klienta nejméně dvakrát se musí dodržet i v případě příjmení netradičních nebo zvláštních. Např. Prdová, Hajzl, Pičová, Mrtka, Píchaničová, Šoukalová, Štětkařová, Nemrava, Paskunda, Šrek, Šourek, Pindej, Čupka, Spratek, Jebáček, Blabla.

Někteří klienti dokonce negativně reagují na správné tvary příjmení při oslovování. Klient se jmenoval Havel a při bankéřově dotazu: „*Hovořím s panem Havlem?*“ se klient rozlítil a sdělil, že není žádný Havle, nýbrž Havel a že mu to všechny úřady v dopisech píšou špatně a že pan Havle bydlí u nich ve vesnici pod silnicí taky a ať si to okamžitě opravíme.

## 6 Specifika připravené písemné komunikace

Česká spořitelna má vytvořenou vlastní e-mailovou schránku nazvanou Napište nám, kam mohou klienti napsat svůj dotaz, stížnost, připomínku. Tuto schránku obsluhuje bankéř speciálně vyškolený, zabývající se touto problematikou. Některé e-maily rozdělí, dle typu a zaměření, a rozešle je jednotlivým vedoucím týmů. Ti na ně poté odpovídají, anebo je dále přerozdělují mezi běžné bankéře. Je stanovený termín pro nutnost odpovědi klientovi, tedy do 2 hodin od doručení e-mailu. Při počátcích této služby někdo, v dnešní době není možné vyhledat konkrétního odpovědného člověka, nastavil určitou formální a jazykovou stránku. Slouží to tedy

jako předloha a všichni, kteří e-maily zpracovávají, tuto šablonu užívají, dokonce by bylo proti interním předpisům ji neužít. Je přímo stanovená v interních standardech e-mailové komunikace.

## 6.1 Standardy připravené písemné komunikace dle vnitřních předpisů

V této kapitole se blíže seznámíme s konkrétními body standardů e-mailové komunikace dle vnitřních předpisů České spořitelny přesně tak, jak jsou uvedeny. I v tomto případě dochází ke zpětné vazbě pro autory písemných odpovědí, tedy k hodnocení v supervizích. Jejich cílem je sledovat a zhodnotit úroveň e-mailové korespondence operátorů s klienty, posoudit e-maily po stránce dodržování normy pro úpravu korespondence a jejich správnosti v oblasti stylistické, pravopisné a interpunkční, zhodnotit kultivovanost psaného projevu operátorů a v neposlední řadě i posoudit projevy klientského přístupu v e-mailech.<sup>29</sup>

### 6.1.1 Pravopis

- Veškerý text e-mailu zarovnááváme vlevo.
- Oslovení oddělujeme čárkou z obou stran, kromě *Vážený pane Nováku*, ale *Dobrý den, pane Nováku*,
- Za interpunkčními znaménky píšeme mezeru
  - za čárkou: př. *Věřím, že Vás nabídka České spořitelny, a.s., zaujme*,
  - za tečkou - konec věty, v datu: př. ....zaujme. *Poplatek za.....; 2.12.2005.*
- Výjimky
  - čas 8:55; za spojovníkem "budeme-li"; za lomítkem 100 km/h.
- Tečku nepíšeme za slovem viz. "Viz" je rozkazovací způsob od slova "vidět".
- Česká spořitelna, a.s. (bez mezery).
- Abyste, abychom (ne aby jste).
- Dceřiné (ne dceřinné).
- Ceny
  - správných variant je více, např. 1.525 Kč nebo Kč 1.525,- nebo Kč 1.525.
- Telefonní a faxová čísla
  - píší se ve trojicích, např. 582 405 001, 777 123 456.
- Služba SERVIS 24 a BUSINESS 24 - velkými písmeny.

---

<sup>29</sup> Santia, spol. s r. o.

- E-mail můžeme psát v 1. osobě množného čísla i v 1. osobě čísla jednotného nebo lze zkombinovat nejprve po oslovení 1. osoba mn. čísla, text odpovědi klientovi v 1. osobě čísla jednotného, závěr e-mailu opět v 1. osobě č. množného.

### 6.1.2 Pozitivní komunikace

#### 1. Pozdrav

- Nejběžnější a nejvhodnější je: *Dobrý den, dobrý večer.*

#### 2. Oslovení

- Jestliže se klient podepíše vč. titulu, vždy oslovíme titulem. *Vážený pane bakaláři, inženýre, doktore* apod.
- Jestliže nevíme na koho se obracíme, zda na muže či ženu, můžeme použít oslovení *"Dámy a pánové"*.
- Uvede-li klient svoji pracovní funkci (např. starosta, ředitel, primář apod.), tak oslovujeme touto funkcí (např. pane starosto, pani ředitelko, pane primáři apod.).
- Obecně platí, že oslovujeme nejvyšším titulem:

*Ing. arch. Nový - pane inženýre*

*akad. arch. Nový - pane architektke*

*prof. Ing. Nový - pane profesore*

*Bc. Nový, DrSc. - pane doktore*

*Ing. Nový, Ph.D. - pane doktore (je to vyšší titul než inženýr)*

*JUDr. MUDr. Nový - pane doktore*

#### 3. Úvodní motivační věta

- Vyjádření potěšení: *velmi nás potěšil, děkujeme za Vaši nabídku, je mi potěšením, nesmírně mě potěšilo, děkujeme za využití clientské schránky* apod.
- Vyjádření lítosti: *je mi líto, mrzí mě, chápu Vás, rozumím, že situace není jednoduchá.*

#### 4. Text sdělení - odpovědi klientovi

#### 5. Nabídka dalšího kontaktu

#### 6. Závěrečná pozitivní věta

- Uvozena slovy: *Věřím, doufám, těšíme se...*  
př. *Věřím, že i přesto, že nastala tato situace zůstanete našim spokojeným klientem.*  
*..., přesto věřím, že tato situace nenaruší naši spolupráci.*

#### **7. Bod 4. a 5. lze sloučit v závěrečnou motivační větu s nabídkou dalšího kontaktu**

- *V případě dalších dotazů, podnětů či připomínek k poskytovaným službám jsme Vám nadále k dispozici.*
- *Budete-li mít další dotazy, můžete se s důvěrou obrátit opět na naši klientskou schránku, obecné informace Vám také ochotně poskytnou jak pracovníci na kterékoliv z našich poboček, tak i telefonní bankéři na naší bezplatné lince 800 207 207, která je v provozu nepřetržitě.*

#### **8. Rozloučení**

- *S pozdravem, Se srdečným pozdravem*
- *S přáním příjemného dne, S přáním pěkného víkendu, svátků a pod.*

#### **9. Podpis**

- Podpis obsahuje jméno a příjmení, popř. titul zpracovatele e-mailu, dále "Klientské centrum České spořitelny", infolinku, kontaktní e-mail, webové stránky.

### *6.1.3 Nejčastější chyby a doporučení pro psanou komunikaci*

#### **1. Úprava**

- Nedodržování mezery za interpunkčními znaménky.
- Oslovení musí být ukončena čárkou, za níž v českém textu následuje na dalším řádku malé písmeno. *Vážený pane Nováku*, či pro méně formální *Dobrý den, pane Nováku*,
- Nesprávné pořadí jména a příjmení v podpisu. V češtině je správné pořadí titul, jméno, příjmení.
- Překlepy.
- Neoddělování odstavců.



## 2. Stylistika

- Nepoužívat větu "*Děkujeme Vám za důvěru, s níž jste se obrátil...*" jako univerzální.
- Operátoři nepracují s pozitivní frází na konci mailu (věty typu *Těšíme se..., Věříme..., Doufáme...*).
- Pozor si musejí operátoři dát i na hovorové či slangové výrazy.
- Nadměrné užívání tzv. slovních berliček. Typickým příkladem je slovo "tak" ve spojení dvou vět, např. *V případě, že máte zřízený Výhodný program, tak je Vaše elektronická karta...*
- Používání podmiňovacího způsobu tam, kde se nejedná o skutečnou podmínku, např. *V případě, že by Vás naše nabídka zaujala a měl byste zájem o schůzku?* Pamatujme, že podmiňovací způsob je typický pro slabé, tj. opatrnické vyjadřování a v písemné komunikaci s klientem není namístě.
- Opakováním stejných výrazů, můžeme je nahradit synonymy či zájmeny.
- Nelogický slovosled.

## 3. Pravopis a interpunkce

- Chybný pravopis slova "6 místný" místo správného "šestimístný".
- Nesprávné "do 7-mi dnů" místo správného "do 7 dnů".
- Hrubá chyba v psaní "kdy by jste" místo spisovného "kdybyste".
- K nejčastější prohrěškům patří chybné psaní čárky v souvětí, doporučení - používat kratší věty.
- Přístavek "a. s." je vsuvka, proto je důsledně oddělován čárkami z obou stran, pokud věty tímto označením nekončí.

## 4. Vztahová rovina

- Nešťastné spojení *Je mi líto, ale...*, které nemá s empatií nic společného. Zdánlivě účastné "*je mi líto...*" je zcela negováno odporovací spojkou *ale*. Na klienty takové spojení působí velmi negativně, empatie je pouze formální, často právě takové spojení dokáže vyvolat bouřlivou reakci na straně klienta.
- Souvětí *Pokud budete mít zájem o sjednání nového úvěru, požádat si pochopitelně můžete vyznívá spíše jako ironie než jako prosté konstatování.*<sup>30</sup>

---

<sup>30</sup> <http://www.csin.cz/jive/entry.jspa?entryID=2592&categoryID=301> [cit. 20.2.2011]

## **7 Metodologie k analýze**

Analyzovaný materiál jsem získávala postupně v průběhu mé pracovní činnosti v Klientském centru České spořitelny. Jednalo se o materiály nepřipravené i připravené komunikace. Byly různého zaměření, charakteru i délky. Z každé složky komunikace banky s klientem jsem vybrala jednu ukázkou, kterou jsem analyzovala blíže. Připraveny jsou tedy ukázky nepřipraveného telefonického hovoru, připraveného hovoru a e-mailové korespondence bankéře s klientem.

Zaznamenávala jsem si přesná data a časy hovorů, které jsem považovala za zajímavé. Jednalo se jak o hovory mé vlastní, tak i ostatních kolegyň. Chtěla jsem nalézt komunikaci, kde

by se vyskytovalo nejvíce popsitelných jevů u bankéře i klienta. Hovory jsem nejprve opakovaně poslouchala a vybrala pouze několik. Následoval přepis a poté rozbor.

Nejprve bylo třeba rozdělení na dvě hlavní části - mluvené projevy a písemné projevy. Dále jsem segmentovala text na promluvu klienta a bankéře.

U mluvených projevů jsem klientovu komunikaci rozdělila na dvě roviny: fonetickou a morfologickou. Do každé z rovin jsem rozčlenila vyskytované jevy, poté jsem blíže popsala konkrétní odchylky s praktickým použitím příkladů. Bankéřovu promluvu jsem sledovala z hlediska nejvíce se vyskytujících jevů, zejména pak nefunkční užívání slov, parazitující výrazy, vycpávková slova. Důležitým prvkem je možnost srovnání výskytu jednotlivých jevů v připraveném a nepřipraveném projevu.

Pro analýzu připravené písemné komunikace jsem použila vzájemnou korespondenci bankéře, který odeslal klientovi E-mail na základě předchozí ústní stížnosti, s klientem, jenž nebyl odpovědí uspokojen.

Nakonec jsem u každého z celků provedla závěrečné shrnutí, které vycházelo zejména ze vzájemného srovnání konkrétních druhů komunikace. Dále jsem si všímala bankéřovy připravenosti a schopnosti pracovat s jazykem. Zhodnotila jsem přiměřenost použitých výrazů a celkový dojem z daného projevu.

## **8 Analýza nepřipraveného a připraveného hovoru**

### **8.1 Hovor nepřipravený**

B: Dobrý den, tady Marcela N., co pro vás mohu udělat?

K: Nó, tady K., é-é, já mám takovéé problém, nevím esli sem se dovolal k vám nebo k někomu jinymu, ale od pondělka mám každé den dva telefonáty é-é a pak se mně omluvijó, že to neplatí, že mě a dneska ráno v osm deset mě volal nějaké pán, esli nepotřebuju é-é sódního znalca a že mě to zajistijó a tak dál.

B: Ano?

- K: Já bych prosím vás chtěl, co je na tom pravdy, protože já sem mu řekl, že pokud mě takle budete obtěžovat, jako mu, že s váma vypovím službu!
- B: Pane K., é-é - oni se vždy představili z České spořitelny, že jsou ti lidé?
- K: Ano, ano, ano.
- B: A co vám říkali kromě toho pána z dnešního dne ohledně soudního znalce, co vám říkali ti předchozí?
- K: No ti předchozí vždycky se é-é ozná- é-é ako esi tam není nějaká paní, například Sehnalová nebo já nevím kerá, já povídám ne.
- B: A bylo to vždycky z té spořitelny, všechny ty telefonáty byly z České spořitelny?
- K: Anóó, od pondělka do dneška a dneska toho mám plny zuby.
- B: Pane K., tak já bych jenom vaše rodné číslo, já se podívám, jestli zde máte uvedeno, že by vás měl někdo kontaktovat ohledně nějaké služby, ano?
- K: No, prosím...
- B: Tak prosím, to rodné číslo.
- K: 1234567890
- B: Děkuji, a celé vaše jméno prosím.
- K: K. František.
- B: Děkuji, tak pokud, pane K., nahlížím, tak vy zde máte uvedeno vlastně u svých údajů, že by sme vás měli kontaktovat ohledně é-é nějaké nabídky služeb, to znamená, je zde například pojištění právní ochrany a podobně, takže ohledně toho vám nejspíše é-é vo- é-é vás kontaktoval ten kolega z dnešního rána, protože zde máte, že telefonický kontakt ohledně nabídky, é-é, takže je možné, že proto vám volal ten kolega, proč vás kontaktovali ti ostatní lidé, co zháněli é-é nějak - někoho jiného, tak to já vám ověřit nemohu, nicméně mohu nechat prověřit é-é vlastně, že bysme uvedli na jaké telefonické číslo vás kontaktovali a že někdo vlastně uvedl špatné to telefonní číslo, že je vaše a pokud zháněli někoho jiného, tak že to mají nastaveno chybně ti ostatní klienti.
- K: No dobře, ale proč já - a předtím sem měl na iným telefonu, keré sem nikdy nikomu neudal dvacet, že neplatím, a to- toto není možný.
- B: Pane K., já sem vám momentálně vůbec nerozuměla.
- K: Takže já sem měl na iným telefoně, kerý sem nikdy nikomu neudal číslo a volali mně nebo psali esemesky, že neplatím pojištění a přitom já s Českou pojišťovnou žádný pojištění nemám.
- B: Pokud to je Česká pojišťovna, to je úplně jiná firma než Česká spořitelna...
- K: ...nóó...
- B: ... to si musíte vyřídit s Českou pojišťovnou...

- K: ...no tak, dobře...
- B: ... to se netýká vůbec České spořitelny, já mohu nechat prověřit, že vás dneska kontaktovali, to sem vám, ale že zde máte telefonický prodej služeb, ale z jakého důvodu vás volali předtím od toho pondělí to mohu nechat prověřit.
- K: Dobře, a tak vy ste spořitelna.
- B: Ano, jsme Česká spořitelna!
- K: Dobře, tak vám děkuju, protože é-é posíláte mě nabídky na půjčky a é-é já nevím co, to stojí deset korun dopis, my platíme é-é jak .., já nevím za co, kdybyste si to odpustili, laskavě, tady to posílání těch dopisů tak byste ušetřili.
- B: Pane K., pokud si nepřejete aby vám posílali nějaké marketingové nabídky, tak já samozřejmě vás mohu vyřadit z těch veškerých oslovení pokud si přejete.
- K: Děkuju.
- B: Takže si přejete, abych vás vyřadila z těch oslovení? Ne-...
- K: Ano!
- B: ...nebudete...
- K: Ano!
- B: ...dostávat nabídky ani poštu, ani esemes zprávy, nigdo vám nebude volat a podobně ano?
- K: Ano!
- B: Dobře, takže já to nastavím a už vás definitivně nebude nigdo obtěžovat, ano?
- K: No, dobře, ale jak-jak může psát a celé tédeň obtěžovat někoho já nevím čím?
- B: Pane K., já sem vám zmínila, že já mohu prověřit jenom to z dnešního dne, nebo ne z dnešního dne, že zde máte uvedenou kampaň na základě kterého vás měli kolegové kontaktovat ohledně pojištění, to pojištění se mohlo týkat toho soudního znalce, protože zde máte prioritu na právní ochranu. Co se týče těch klientů, které zháněli na vašem telefonním čísle, nevím o jaké klienty se jednalo, mohu jediné nechat ověřit, že něgdo si asi nastavil vaše telefonní číslo.
- K: Já-já vám můžu klidně říct telefonní číslo 230 231 521.
- B: To ste mi zdělil jaké telefonní číslo?
- K: No ten pán, keré mně volal.
- B: Ale to sem vám zmínila, že já vidím, že vám volal.
- K: Jó?
- B: Ano, vy zde máte, že vás má telemarketing české spořitelny kontaktovat ohledně právní ochrany, to znamená, že proto vám nabízeli službu, například soudního znalce a podobně, to je v pořádku, to zde máte uvedeno, pane K., jenom sem zmiňovala,

že nevím, proč, když vám volali od pondělí, tak proč tam zháněli někoho jiného na tom telefonním čísle, já nevím.

K: No to já taky nevím.

B: Tak se jedná o to, že asi si nějaký klient nastavil špatné telefonní číslo a proto omylem zavolali vám, ale to můžeme zařídit aby se to už nestalo, ano?

K: Ano, dobře.

B: Dobře, jenom...

K: Děkuji!

B: ... jenom požádám o to telefonní číslo - o vaše telefonní číslo, kam se vám dovolali, abychom věděli, o jaké telefonní číslo se jednalo.

K: No, tady to z-z-š-š z keryho vám volám.

B: To z kterého voláte, dobře, takže já to tam kolegům uvedu, a co se týče těch marketingových oslovení, už vás nebudeme tímto způsobem vůbec oslovovat, ano? Ani pomocí volání, ani esemes zprávou, ani poštou, ano?

K: Ne, poštou, tak jak mám ve smlouvě, že mě chodí výpis za keré teda...

B: Výpisu se to vůbec netýká, já mluvím o oslovování marketingovými nabídkami!

K: No, tak to v žádném případě nechci.

B: Dobře, tak to vám ruším, ano?

K: Ano, děkuji.

B: Mohu pro vás udělat něco jiného?

K: Ne, ne, děkuji.

B: Děkuji za zavolání, hezký den, nashledanou.

K: Takýý, naschledanou.

## **8.2 Hovor připravený**

K: Prosim?

B: Dobrý den, u telefonu Alena S. z České spořitelny, hovořím, prosím, s paní Dagmar N.?

K: No,jo.

B: Paní N., vzhledem k tomu, že si vážíme toho, že jste naší klientkou, máte nyní nárok na speciální doplňkové služby k vašemu účtu. Máte na mě chvílku čas?

K: No, ani moc ne.

B: A můžu vás kontaktovat později?

K: No, hmm, a vo co teda de? Tak teda povidejte.

- B: Vy u vašeho účtu máte i platební kartu, používáte ji často?
- K: Vobčas s ní zaplatím v obchodě.
- B: A víte o tom, že ta karta není pojištěná? My teď totiž nabízíme za zvýhodněnou cenu pojištění é-é pro případ stráty nebo krádeže vaší platební karty. To znamená, že kdyby došlo k té nepříjemnosti, že vám karta nebo osobní věci é-é budou odcizeny, tak to máte zajištěné.
- K: No, to je dobrý. Sme v létě byli na dovolené a voni mi tam ukradli kabelku i se všema věcmi a penězama.
- B: Ano, no a to pojištění vám kryje třeba neoprávněný výběr z účtu i s použitím pinu a před nahlášením, peníze, které byste vybrala v hotovosti a někdo vás okradl é-é, ale taky i ty osobní věci é-é jako třeba mobilní telefon nebo to co by z něj bylo provoláno a taky veškeré poplatky a náklady spojené se situací é-é, jako třeba výroba nových klíčů od auta, výměna zámků, poplatky za nové doklady, apod. Jsou to drahé záležitosti a tohle je tím pojištěním karty všechno hrazeno.
- K: A kolik si za to teda účtují?
- B: Je to pouze za jednorázový roční poplatek 170 korun.
- K: A to musím na pobočku?
- B: Ne, paní N., pokud chcete, můžeme Vám to pojištění karty é-é nastavit společně, bude platné do dvou pracovních dnů.
- K: Tak jo, tak mi to tam teda nastavte.
- B: Zeptám se tedy jenom, souhlasíte s tím, abych vám pojištění karty a osobních věcí nastavila?
- K: Ano.
- B: A souhlasíte s předáním údajů pojistiteli, což je pojišťovna Kooperativa?
- K: Ano.
- B: A ještě se zeptám, jestli souhlasíte s jednorázovým ročním poplatkem 170 korun?
- K: Ano.
- B: Já vám děkuji, pojištění je nastaveno. A můžu se ještě zeptat?
- K: Ne, už ne. Už stačilo.
- B: V tom případě Vás tedy nebudu zdržovat a popřeji hezký den.
- K: Na schledanou.
- B: Na slyšenou.

### 8.3 Odchytky v projevu klienta

### 8.3.1 Morfologická rovina

Rozdělení:

jinymu, každé, nějaké, nepotřebuju, znalca, váma, plny, možny, jinym, telefoně, žádný, děkuju, celé, žádnym, nechcu, věcma, peněžama

#### Používání nesprávných tvarů na konci slov

Při morfologické segmentaci se vydělují v rámci relačních morfů tzv. koncovky. Často dochází k jejich chybnému užívání v mluvené řeči. Mají tedy za následek špatný gramatický tvar slov.

Hovorové koncovky u sloves přítomného času: *děkuju* (= *děkuji*), *nechcu* (= *nechci*)

Nespisovné tvary adjektiv a substantiv: *nějaké* (= *nějaký*), *žádný* (= *žádné*), *možny* (= *možné*),  
*celé* (= *celý*), *každé* (= *každý*), *telefoně* (= *telefonu*)

#### Kvalitativní alternace vokálů

Používání nesprávných tvarů uprostřed slov: *jinymu* (= *jinému*), *žádnym* (= *žádném*)

### 8.3.2 Fonologická rovina

Rozdělení:

[nevim, esli, sem, pondělka, neska, prosim, takle, kerá, předtym, inym, nigdy, neplatim, ste, gdybyste, telefonu, vo, povidejte, vobčas, voni, musim, naschledanou]

#### Elize

Vynechávání začátečních písmen: [*esli, neska, inym, ste*]

Vynechávání písmen uprostřed slov: [*takle, kerá*]



### Kvantitativní korelace

Zkracování hlásek: *[nevím, prosím, iným, neplatím, povídejte]*

Prodlužování hlásek: *[telefonu]*

### Spodoba znělosti

Často se objevuje špatná výslovnost: *[nigdy, kdybyste, naschledanou]*

### Proteze

Předsouvání hlásky „v“: *[vo, vobčas, voni]*

## **8.4 Odchytky v projevu telefonního bankéře**

### *8.4.1 Nefunkční opakování slov*

Při hodnocení mluvených projevů telefonních bankéřů je pozornost kladena na srozumitelnost vyjadřování a uspořádání myšlenek. Vzhledem k množství nejrůznějších aspektů, které významnou měrou ovlivňují konkrétní projev a tok myšlenek, jako například špatně srozumitelná řeč klienta, nutnost odvozovat, co tím klient vlastně myslel, současné vyhledávání hned v několika systémech, potřeba se jednak soustředit na to, co klient sděluje, ale současně na fakta, která jsou v systému zobrazována, okamžité poskládání souvislostí a poté sdělení klientovi tak, aby to pochopil, dochází často k rušivým momentům, především tedy nefunkčnímu opakování slov.

U bankéřů komunikujících připravenou i nepřípravenou formu je výskyt a četnost hypotaktické konjunkce „že“ shodná.

#### Nepřípravený:

... takže je možné, **že** proto vám volal ten kolega, proč vás kontaktovali ti ostatní lidé co zháněli é-é nějak - někoho jiného, tak to já vám ověřit nemohu, nicméně mohu nechat prověřit é-é vlastně, **že** bysme uvedli, na jaké telefonické číslo vás kontaktovali a **že** někdo vlastně uvedl špatně to telefonní číslo, **že** je vaše a pokud zháněli někoho jiného, tak **že** to mají nastaveno chybně ti ostatní klienti.

... já mohu nechat prověřit, **že** vás dneska kontaktovali, to sem vám, ale **že** zde máte telefonický prodej služeb...

... já sem vám zmínila, **že** já mohu prověřit jenom to z dnešního dne, nebo ne z dnešního dne, **že** zde máte uvedenou kampaň na základě kterého vás měli kolegové kontaktovat ohledně pojištění...

... vy zde máte, **že** vás má telemarketing české spořitelny kontaktovat ohledně právní ochrany, to znamená, **že** proto vám nabízeli službu, například soudního znalce a podobně, to je v pořádku, to zde máte uvedeno, pane K., jenom sem zmiňovala, **že** nevím, proč, když vám volali od pondělí...

#### Připravený:

... vzhledem k tomu, **že** si vážíme toho, **že** jste naší klientkou...

... to znamená, **že** kdyby došlo k té nepříjemnosti, **že** vám karta nebo osobní věci é-é budou odcizeny...

#### 8.4.2 *Nefunkční užívání pronomín*

Konkrétně se jedná o pronominum „ten“ a jeho tvary, které mají v projevech bankéřů připravených i nepřipravených připomínací význam a narušují tím syntaktickou výstavbu. U bankéřů připravených se dále ve velké míře projevovala snaha zdůrazňovat osobu klienta četným používáním pronomína „vy“ a jeho tvarů.

#### Nepřipravený:

... proto vám volal **ten** kolega...

... uvedl špatné **to** telefonní číslo...

... z **tě** spořitelny, všechny **ty** telefonáty...

... od **toho** pondělí...

... vás mohu vyřadit z **těch** veškerých oslovení...

... **to** pojištění se mohlo týkat **toho** soudního znalce...

Připravený:

... že **ta** karta není pojištěná?

... že kdyby došlo k **té** nepříjemnosti...

... no a **to** pojištění vám kryje třeba neoprávněný výběr z účtu...

... taky i **ty** osobní věci é-é jako třeba mobilní telefon...

Jsou **to** drahé záležitosti...

... máte nyní nárok na speciální doplňkové služby k **vašemu** účtu.

... **vy** u **vašeho** účtu máte i platební kartu...

... nabízíme za zvýhodněnou cenu pojištění é-é pro případ stráty nebo krádeže **vaší** platební karty. To znamená, že kdyby došlo k té nepříjemnosti, že **vám** karta nebo osobní věci é-é budou odcizeny...

... to pojištění **vám** kryje třeba neoprávněný výběr z účtu...

... které byste vybrala v hotovosti a někdo **vás** okradl...

... můžeme **Vám** to pojištění karty é-é nastavit společně...

... souhlasíte s tím, abych **vám** pojištění karty a osobních věcí nastavila?

V tom případě **Vás** tedy nebudu zdržovat...

#### 8.4.3 Opakování slov

Jedná se především o stylizační nedostatek. Telefonní bankéři stále opakují jedno slovo, které je pak používáno v četné míře. U bankéřů komunikujících připravenou formou je to možné

do určité míry přisoudit snaze zdůraznit, u bankéřů nepřipravených k tomu dochází spíše nevědomky.

Nepřipravený: „ohledně“

... co vám říkali kromě toho pána z dnešního dne **ohledně** soudního znalce...

... já se podívám, jestli zde máte uvedeno, že by vás měl něgdo kontaktovat **ohledně** nějaké služby...

... takže **ohledně** toho vám nejspíše é-é vo- é-é vás kontaktoval ten kolega z dnešního rána, protože zde máte, že telefonický kontakt **ohledně** nabídky...

... že zde máte uvedenou kampaň na základě kterého vás měli kolegové kontaktovat **ohledně** pojištění...

... že vás má telemarketing české spořitelny kontaktovat **ohledně** právní ochrany...

Připravený: „karta“

... že ta **karta** není pojištěná? My teď totiž nabízíme za zvýhodněnou cenu pojištění é-é pro případ stráty nebo krádeže vaší platební **karty**. To znamená, že kdyby došlo k té nepříjemnosti, že vám **karta** nebo osobní věci é-é budou odcizeny...

... tohle je tím pojištěním **karty** všechno hrazeno...

... můžeme Vám to pojištění **karty** věci é-é nastavit společně...

... abych vám pojištění **karty** a osobních věcí nastavila?

#### 8.4.4 Opravy vyjádření, přerušování

Opravy vyjádření jsou častěji způsobeny obtížemi mluvčího, např. přeřeknutí, nejistota, potřeba nedechnutí. Vysloví tedy začátek slova, dojde k přerušování a poté slovo zopakují celé.

Častěji však dochází k úplné záměně za jiné slovo či slova. Mnohdy se jedná o chybnou formulaci, kterou si bankéř uvědomí a snaží se ji opravit.

Výskyt těchto oprav vyjádření se vyskytuje u bankéřů nepřipravených, kteří musí reagovat okamžitě, nesmí do telefonu mlčet, ale přitom myšlenky nejsou ještě zcela formulovány a teprve se dotváří už zároveň s mluvou.

Nepřipravený:

... takže ohledně toho vám nejspíše é-é **vo- é-é vás** kontaktoval ten kolega z dnešního rána...

... co zhaněli é-é **nějak - někoho** jiného, tak to já vám ověřit nemohu...

... požádám o **to telefonní číslo... o vaše telefonní číslo...**

#### 8.4.5 Výskyt výplňkových slov

Výskyt výplňkových slov u telefonních bankéřů nepřipravených je velmi častý, zejména však záleží na tzv. individuálních mluvních návycích. Jedná se o slova, která jsou pro porozumění textu nadbytečná a spíše působí negativně. Mohou se zde projevat různé faktory jako například nedostatečná připravenost či únava mluvčího. Při analýze daného rozhovoru se jednalo zejména o slovo „vlastně“.

Dále se velmi často se u připravených i nepřipravených bankéřů objevuje hezitační výraz é-é. Jeho užitím si telefonní bankéř vytváří časový prostor pro formulaci své výpovědi.

Nepřipravený:

... tak vy zde máte uvedeno **vlastně** u svých údajů...

... mohu nechat prověřit é-é **vlastně**, že bysme uvedli na jaké telefonické číslo vás kontaktovali a že něgdo **vlastně** uvedl špatné to telefonní číslo...

... že by sme vás měli kontaktovat ohledně **é-é** nějaké nabídky služeb...

... takže ohledně toho vám nejspíše **é-é vo- é-é vás** kontaktoval ten kolega z dnešního rána...

... co zháněli é-é nějak - někoho jiného, tak to já vám ověřit nemohu, nicméně mohu nechat prověřit é-é vlastně, že bysme uvedli na jaké telefonické číslo vás kontaktovali...

nejspíše **vo-- é-é vás** kontaktoval ten kolega z dnešního rána

#### Připravený:

... nabízíme za zvýhodněnou cenu pojištění é-é pro případ stráty nebo krádeže vaší platební karty. To znamená, že kdyby došlo k té nepříjemnosti, že vám karta nebo osobní věci é-é budou odcizeny, tak to máte zajištěné...

... někdo vás okradl é-é, ale taky i ty osobní věci é-é jako třeba mobilní telefon nebo to co by z něj bylo provoláno a taky veškeré poplatky a náklady spojené se situací é-é, jako třeba výroba nových klíčů...

... můžeme Vám to pojištění karty é-é nastavit společně...

## **8.5 Shrnutí**

Úroveň mluvního projevu klienta je do velké míry ovlivněna faktory jako jsou vzdělání, věk, sociální a pracovní zařazení, region. Klienti, jejichž hovory analyzuji, mluví s bankéřem přirozeně. Nedbají tedy na správné formulace či tvary slov. Hovoří přirozeně, tak, jako při každodenní komunikaci se svým okolím.

Projevy bankéřů v obou případech nepovažuji za odpovídající ani předepsaným standardům, ani kultuře mluveného projevu či řečnického umění.

## **9 Analýza písemné komunikace**

### **9.1 Písemná komunikace bankéřů**

Dobrý den, pane J.,

kontaktuji Vás v souvislosti s Vaším upozorněním na nedoručení smluv k Internetovému spoření.

Smlouvy jsou standardně zasílány ihned po založení Internetového spoření, zřejmě došlo k chybě při doručení.

Dnes Vám byly na korespondenční adresu zaslány smlouvy znovu.

V případě potřeby nás neváhejte kontaktovat.

S přáním příjemného dne

Martin Jeřábek

### 9.1.1 Rozbor

Písemná komunikace telefonních bankéřů s klienty je na velmi vysoké úrovni. Bankéři mají vytvořené přesné šablony e-mailů odpovídajících standardům komunikace dle vnitřních předpisů a těchto důsledně dodržují.

Pouze úvodní Dobrý den nepovažuji za vhodně zvolené oslovení. Dle jazykové příručky se jedná totiž o povšechný pozdrav, který se značně rozšířil v e-mailové korespondenci, je v písemném styku považován za familiární. Hodí se pro styk osobní, telefonický a pro korespondenci neformální, neoficiální a vnitřní (např. s kolegy).<sup>31</sup> Pro potřeby České spořitelny a její komunikace s klienty by mělo být užito formálního oslovení Vážený pane, Vážená paní.

## 9.2 Písemná komunikace klientů

Pane Jerabek,

tak ze jste dokumentaci standartne zaslali, a ja ted „standartne“ nemuzu manipulovat se svyma penezma?

Tak ze jste standartne sklamali? To je vas klientsky servis?

To jste si teda dal se mnou praci...

Ze doslo ke zdrzeni na poste to se da pochopit, ale to Vase „reseni“, ze bych mel neco zasilat tam kde nejsem?

---

<sup>31</sup> <http://prirucka.ujc.cas.cz/?id=850&dotaz=osloven%C3%AD> [cit. 1.3.2011]



Pokud jste mne to opet zaslali postou, to Vám uprimně děkuji za snahu, ale takto pochopitelně dokumentaci obdržím pozdě, jelikož můj nový účet byl otevřen již začátkem prosince 2010. Tudíž nebudu schopen svůj účet aktivovat. Bude to více než 2 měsíce.

Při mém posledním rozhovoru s Vaší operátorkou bylo domluveno, že mě ta nová smlouva bude zaslána elektronicky, abych ještě stihl vše aktivovat před vypršením dvou měsíční lhůty.

Kdyby jste mne zaslali dokumentaci elektronicky – jak bylo domluveno s Vaším operátorem – stihl bych svůj účet aktivovat. Zřejmě jen mechanicky „sloužíte“ klientům, aniž by jste si zjistil podrobnosti.

Vase „pomoc“ je teda doslova zbytečná.

Uvedomil jste si, že na Vaši službu závisí určitá finanční produktivita klientů? Váš klientský servis mě spíše připomíná práci neomalého údržbáře.

V každém případě Vase řešení je nejen neprofesionální, ale hlavně mě to napovídá, že o mě jako o zákazníka nestojíte a že česká spořitelna není pro mě vhodným partnerem, ale jen stratovým závazím, kterého se bude třeba rychle zbavit.

Asi jsem zvolil špatnou banku, jelikož nemůžu zacházet se mými penězi podle mého uvážení a tím mám díky něčím neschopnostem peníze doslova neproduktivní!

Víte co pane, měl by jste zvážit následující – pokud Vás tato práce nebaví, nebo je to nad Vase síly, bezte tam, kde nebude třeba přemyslet a číst.

Z podřevem Bronislav J.

### **9.3 Odchyly v projevu klienta**

#### *9.3.1 Absence diakritických znamének*

V rámci elektronické komunikace je vhodné psát s diakritikou. Bez jejího užití dochází ke komolení rodné řeči a je možné vyhnout se případným nedorozuměním.

Diakritiku nepoužívá v E-mailech velké množství klientů. U některých je to z toho důvodu, že jsou například v zahraničí a nemají možnost využít českou klávesnici. Pro jiné je to prostě jen pohodlnější. Dle zásad elektronické komunikace, tzv. *netikety*, se v případě nepoužití diakritiky nejedná o chybu.

### 9.3.2 Chybné oslovení

Klient v úvodu své odpovědi oslovil bankéře chybně a to tak, že nechal příjmení v 1. pádu místo použití 5. pádu. V tomto případě by tedy správně užitým tvarem bylo *Pane Jeřábku*.

Dále postrádám absenci úvodní pozdravu, např. *Dobrý den*, který by měl být nedílnou součástí každého formálního dopisu.

### 9.3.3 Pravopisné chyby

Jedná se o chyby učiněné z důvodu neznalosti klienta základních pravidel pravopisu, evidentně si ve škole neosvojil pravopisné jevy.

#### Psaní s,z:

... jste STANDARTNE **sklamali**? (= zklamali)

... ale jen **stratovym** zavazim... (= ztrátovým)

#### Psaní mě, mně:

... ze **me** ta nova smlouva bude zaslana elektronicky... ( 3.p. = mi, mně)

... není pro **mne** vhodnym partnerem... ( 2. p. = mě)

#### Špatný tvar slovesa být a jeho tvarů v podmiňovacím způsobu:

**Kdyby jste** mne zaslali dokumentaci elektronicky... (= kdybyste)

... jen mechanicky „sloužite“ klientum, aniz **by jste** si zjistil podrobnosti. (= byste)

Víte co pane, mnel **by jste** zvazit nasledujici...

Špatný tvar slovesa mít:

Víte co pane, **mnel** by jste zvazit nasledujici... (= měl)

Chybná předložka s,z:

**Z** podravem Bronislav J. (= s pozdravem)

Chybné psaní d,t:

... ze jste dokumentaci **standartne** zaslali, a ja ted „**standartne**“ nemuzu manipulovat se svyma penezma? Tak ze jste **STANDARTNE** sklamali? (= standardně)

Velká písmena v názvu instituce:

... a ze **ceska sporitelna** neni pro mne vhodnym partnerem (= Česká spořitelna)

Chybné užití koncovky:

To jste si **teda** dal se mnou praci... (= tedy)

Vase „pomoc“ je **teda** doslova zbytecna.

#### 9.3.4 Nevhodné výrazy

Klient byl při psaní této zprávy evidentně rozhořčen na základě nespokojenosti s předchozí zprávou od bankéře. Ačkoliv vlastně za situaci nemůže daný bankéř, který E-mail zpracoval, adresoval klient svůj hněv na něj. Vyjadřuje se tedy nepřilíš vhodným způsobem a používá k tomu zejména ironii či konkrétní výrazy a přirovnání, jako například pejorativa či dysfemismy. Taktéž se zde promítá častý jev, kterým jsou klientovy výhrůžky, že přestane využívat služeb banky.

### Ironie

*To jste si teda dal se mnou praci...*

### Dysfemismy

*... to Vam uprimne dekuji za snahu...*

*... Vase „pomoc“ je teda doslova zbytecna...*

### Pejorativa

*... Vas klientsky servis mne spise pripomina praci neomaleneho udrzbare...*

*V kazdem pripade Vase reseni je nejen neprofesionální...*

*... a tim mam díky neci neschopnosti peníze doslova neproduktivni!!!*

### Útoky na osobu bankéře

... pokud Vas tato prace nebavi, nebo je to nad Vase sily, bezte tam, kde nebude treba premyslet a cist.

### Výhrůžky ukončením spolupráce

... ze o mne jako o zakazníka nestojíte a ze česká spořitelna není pro mne vhodným partnerem, ale jen stratovým závazím, kterého se bude třeba rychle zbavit.

Asi jsem zvolil špatnou banku...

#### **9.4 Shrnutí**

Zatímco přípravě bankéře na danou korespondenci není co vytknout, projev klienta nelze hodnotit pozitivně. Ať už z důvodu množství chyb a nedodržování alespoň základních parametrů pro obchodní korespondenci, tak především díky jeho snaze útočit na bankéře.

#### **Závěr**

V závěru diplomové práce bych chtěla zrekapitulovat poznatky vyplývající z analýzy jednotlivých forem komunikace a pozice mluvčího.

Nejprve jsem se zajímala o telefonické rozhovory, které jsem rozdělila na dvě hlavní části – připravenou a nepřipravenou. U analýzy jednotlivých jazykových jevů vyskytujících se v projevu klientů jsem zaznamenala především hledisko morfologické a fonologické, kterými jsem se zabývala dále. Při analýze komunikace telefonních bankéřů jsem se zaměřila na hlavní

nedostatky mluvních projevů. Dále jsem se věnovala vzájemnému porovnání rozdílů mezi bankéřem hovořícím připravenou a nepřipravenou formou.

Při analýze písemné korespondence jsem se opět snažila zachytit nejdůležitější a nejmarkantnější vyskytující se jazykové jevy.

Analýza projevů klientů z morfologického hlediska poukázala především na výskyt nesprávně užitých tvarů na koncích nebo uprostřed slov. Z hlediska fonologického se jednalo potom o jevy jako například elize, proteze, zkracování či prodlužování hlásek.

Komunikace telefonních bankéřů připravených i nepřipravených je velmi obdobná. Nepodařilo se mi zjistit výrazné rozdíly. Projevují se zejména individuální mluvní návyky a schopnost rychle formulovat myšlenky. Analýza poukazuje především na nefunkční opakování slov, vycpávková slova či časté užívání hezitačních výrazů.

Poznatky vycházející z analýzy písemné komunikace mezi klientem a bankéřem poukazují zejména na velmi kvalitní přípravu ze strany bankéře. Odpovídající jsou veškeré uplatněné a sledované složky, tedy stylizační, morfologická, lexikální, syntaktická.

Písemný projev odeslaný klientem již pozitivně hodnotit nelze. Dominují mu četné pravopisné chyby, což je pro komunikaci písemnou formou značné omezení. Klient není schopen užívání správných gramatických ani lexikálních tvarů slov. Za nejhorší a nejméně výraznější jev celého E-mailu považuji neadekvátní klientovu reakci a přímé útoky na osobu bankéře. Dalo by se říci, že daná zpráva byla vlastně odeslána pouze za jediným účelem – vyjádřit rozhořčení. Přistupuje k užívání pejorativních přirovnání a výrazů s evidentní snahou zaútočit na bankéře. Takový jev rozhodně nepatří do formální písemné komunikace, která by měla být mezi klienty a bankéři běžně vedena.

## **Použitá literatura a prameny**

BUCHTOVÁ, B. *Rétorika*. Praha: Grada Publishing, a.s., 2006. 1. vyd. 212 s. ISBN 80-247-0868-X.

ČERNÝ, J. *Úvod do studia jazyka*. Olomouc: Rubico, 1998. 1. vydání. 248 s. ISBN 80-85839-24-5

- ČECHOVÁ, M.a kol. *Současná česká stylistika*. Praha: ISV, 2003. 1. vyd. ISBN 80-86642-00-3.
- DEBICKÁ, A. *O výstavbě a stylu textu: Stylistické analýzy a interpretace*. 1. vydání. Ústí nad Labem: UJEP, 1999. ISBN 80-7044-269-7.
- GRUBER, D. *Zlatá kniha komunikace*. Gruber TDP, 2009. 1. vyd. 280 s. ISBN 978-80-85624-28-1
- HAUSER, P. *Nauka o slovní zásobě*. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1986. 2. vyd. 195 s.
- HETYCH, J.- HUBÁČEK, J. *Kultura řeči a mluveného projevu*. Hradec Králové: Pedagogická fakulta, 1981. 1. vydání.
- HOFFMANNOVÁ, J. *Stylistika a ...*. Praha: Trizonia, 1997. 1. vydání .ISBN 80-85573-67-9.
- HUBÁČEK, J.-JANDOVÁ, E.–SVOBODOVÁ, J. *Čeština pro učitele*. Vade mecum Bohemiae, s. r. o., 2002. 3. vyd. S. 323. ISBN 80-86041-30-1
- KARLÍK, P. - NEKULA, M. - RUSÍNOVÁ, Z. *Příruční mluvnice češtiny*. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 1995. 1. vyd. S. 800. ISBN 80-7106-134-4.
- MĚCHUROVÁ, A. *Jak dobře mluvit a úspěšně jednat*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2008. 2. vyd. 169 s. ISBN 978-80-86723-32-7.
- NEBESKÁ, I. *Jazyk, norma, spisovnost*. Praha: Karolinum, 1996. 1. vydání. ISBN 80-7184-144-1.
- PALKOVÁ, Z. *Fonetika a fonologie češtiny*. Praha: Univerzita Karlova. Karolinum, 1994. 1. vydání. ISBN 80-7066-843-1.
- ŠAUR, V. *Pravidla českého pravopisu s výkladem mluvnice*. Praha: Ottovo nakladatelství, 2005. 456 s. ISBN 80-7360-288-1.
- VYBÍRAL, Z. *Psychologie lidské komunikace*. Praha: Portál, 2000. 264 s. ISBN 80-7178-291-2.

**Internetové zdroje:**

<http://www.csin.cz/jive/entry!default.jspx?categoryID=138&entryID=6926&fromSearchPage=true> [cit.20.2.2011]

<http://www.csin.cz/jive/entry.jspx?entryID=2592&categoryID=301> [cit. 20.2.2011]

<http://prirucka.ujc.cas.cz/?id=850&dotaz=osloven%C3%AD> [cit. 1.3.2011]



## ANOTACE

<b>Jméno a příjmení:</b>	Soňa Rajtrová
<b>Katedra:</b>	Katedra českého jazyka a literatury
<b>Vedoucí práce:</b>	Mgr. Kamil Kopecký, Ph.D.
<b>Rok obhajoby:</b>	2011

<b>Název práce:</b>	Analýza mluvených a psaných projevů užívaných v komunikaci s klienty bankovního ústavu.
<b>Název v angličtině:</b>	Analysis of spoken and written expressions used in communicating with clients bank.
<b>Anotace práce:</b>	V práci se zabývám analýzou mluvených a psaných projevů s klienty bankovního ústavu. Věnuji se všem jazykovým rovinám.
<b>Klíčová slova:</b>	Mluvený projev, psaný projev, komunikace.
<b>Anotace v angličtině:</b>	The work deals with the analysis of spoken and written expressions of clients of bank. I deal with all the language planes.
<b>Klíčová slova v angličtině:</b>	Speech, writing, communication.
<b>Přílohy vázané v práci:</b>	
<b>Rozsah práce:</b>	64 stran
<b>Jazyk práce:</b>	český jazyk