

TALENTO HUMANO REPRESENTA 55% DO SUCESSO

DO TELEMARKETING

Você que já investiu em uma Central de Telemarketing (vendas, atendimento, SAC), comprou os equipamentos, possui as posições de atendimento, controla o fluxo das ligações pelo sistema de telefonia, deve-se perguntar: O que fazer para melhorar os resultados? Temos uma sugestão: Vá até a sua central e observe a postura das pessoas. Como estão sentadas? Estão comendo bolachas ou mascando chicletes? E como anda o humor da equipe? Quem é o supervisor (líder) desta equipe? Você? E sua sala fica fora da operação? A equipe é o espelho da supervisão. Antes de criticar a postura ou o humor da equipe, lembre-se: "Lidere dando exemplos".

O perfil do operador para telemarketing ativo e receptivo pode ser diferente, porém as habilidades são perfeitamente treinadas, aperfeiçoadas e melhoradas desde que a pessoa queira. O mercado está exigindo o perfil universal: pessoas capazes de exercer a função do ativo ou receptivo de acordo com a demanda das ligações. Atualmente, alguns softwares existentes já estão preparados para este cenário, e o que precisamos vencer são as resistências individuais.

E o que é melhor, homem ou mulher? No passado a proporção era de 80% de mulheres e 20% de homens, mas as tendências e as exigências do público alvo estão mudando esta estatística. O produto e os clientes são as variáveis importantes na definição do sexo e da idade.

Algumas características e habilidades são essenciais: entonação da voz, fluência verbal, boa comunicação, equilíbrio emocional, português adequado, postura, conhecimento de informática e, geralmente, o ensino médio completo (segundo grau) ou nível universitário. Além de todas estas características e habilidades, o profissional precisa ter a principal ferramenta de trabalho: a informação.

Se o perfil é essencial na busca do profissional, o treinamento é fundamental para alcançar os resultados. O desenvolvimento da equipe deve iniciar com o treinamento de produto, incluindo as tendências de mercado e a concorrência. Se a central estiver informatizada, o próximo passo é capacitar os atendentes na utilização do software. E, por último, os treinamentos nas técnicas de telemarketing, envolvendo atendimento, vendas, negociação, prospecção, fechamento, fonoaudióloga, cobrança (em alguns casos), script e supervisão.

Partimos então para o lado prático dos treinamentos com simulações, teste do script e trabalhos em grupo. Segundo Spitzer, um grande pesquisador na área da memorização, depois de um dia esquecemos 46% do que ouvimos.

O que fazer? Monitorias constantes com feedback individuais, reforçando os aspectos que precisamos melhorar. Quando analisamos as gravações podemos avaliar a equipe, definir o melhor momento para os próximos treinamentos, além de contribuir com a análise do perfil dos envolvidos.

Como podemos notar, o diferencial competitivo das empresas está fortemente relacionado com as pessoas. A tecnologia do sistema de telefonia, os softwares inteligentes, os móveis ergonômicos são pontos que o seu concorrente pode ter, mas Talentos envolvidos com o seu cliente, motivados pelo desafio das atividades que exercem, compõem os fatores de sucesso que podem levar o seu produto a ter maior valor agregado.

Considerando uma pesquisa feita com clientes que se relacionam com nossa empresa, podemos notar que aqueles com melhores resultados operacionais são também os que mais investem na capacitação técnica e qualidade de vida de seus profissionais. Não existe mágica. Se temos um televendas é necessário uma política de incentivos e um ambiente motivador, com pessoas dentro do perfil de vendas e uma supervisão atuante. Não adianta ficar adiando estas definições, pois, se o seu profissional estiver dentro do perfil correto, ele também é voltado a resultados, e acabará buscando novas oportunidades se a sua empresa não estiver dentro deste contexto.

Caso você tenha um SAC, o ambiente competitivo exige dos operadores não só uma atuação de ouvinte passivo, mas de profissionais que tratem uma reclamação, sugestão ou dúvida como se fossem o presidente da empresa.

Caro leitor, volte novamente à sua central de telemarketing, mas agora para refletir a seguinte questão: Se os talentos humanos correspondem a 55% do sucesso de sua operação, em que nível está.

Equipe da Am3 Telemarketing.