

Warto wiedzieć

Premier w biuroserwisie

Kampania polityczna trwająca przez kilka miesięcy ogarnęła nas wszystkich, była tematem naszych dyskusji, spostrzeżeń i komentarzy. Najbardziej inspirujące były reklamy niektórych kandydatów na prezydenta – czego tam nie było, jakie to było niesamowite, komiczne a czasem żałosne.

Mnie jednak najbardziej zaintrygowała reklama kandydata Kalinowskiego, a szczególnie głos lektora. Nie była to Krystyna Czubówna, nie był to pan Suzin, którego pamiętam z westernów – był to głos ex-premiera Pawłaka. Ten głos, który miał nieść optymizm i zachęcać do głosowania, był tak jednostajny, monotony i tak smutny jakby opisywał szkody na polach wywołane przez gradobicie. Kto wpadł na taki pomysł, aby to on czytał? Czy oni nie odsłuchali tego przed decyzją o emisji?

I wyobraziłem sobie sytuację, w której osoba z takim głosem, głosem premiera, odbiera telefony i obsługuje klientów w Państwa biuroserwisie...

I wobraziłem sobie reakcje Waszych klientów...

I zastanawiam się, ile takich beznamiętnych głosów pracuje w biuroserwisach...

Rekrutacja osób do obsługi telefonicznej w branży biuroserwisowej nie jest łatwa. Na stanowisku tym wymaganych jest bowiem kilka cech czasem przeciwstawnych – skrupulatność przy wystawianiu faktur i umiejętność sprzedaży dodatkowego towaru, naduprzejmość w relacjach z klientami, ale też zdecydowanie i stanowczość, gdy żądają więcej niż powinni, finezyjność w sprzedaży promowanych produktów i codzienna powtarzalność procesów. Nie jest łatwo znaleźć osoby, które spełniają wszystkie te warunki. Co oczywiście nie oznacza, że nie można takowych znaleźć. Aby stworzyć znakomity zespół

telemarketerów, należy położyć nacisk na właściwą rekrutację, odpowiedni system motywacyjny i szkolenia.

Wiele osób zadziwia różnica między skutecznością przekazu bezpośredniego, a ustnego u niektórych rozmówców. Sami często konstatujemy, że ta osoba w telefonie wypada lepiej niż w rozmowie bezpośredniej lub odwrotnie. Coś, na co nie zwracamy uwagi w trakcie bezpośredniej rozmowy, przeszkadza, drażni w rozmowie telefonicznej.

Pamiętajmy, że w trakcie rozmowy telefonicznej zdecydowanie większe znaczenie ma strona wokalna (jak mówimy) niż werbalna (co mówimy)

Czy nie powinniśmy rekrutacji na takie stanowisko przeprowadzać również przez telefon? Zazwyczaj odbywa się to tak, że zaprasza się telefonicznie osoby na spotkanie – a dlaczego pierwszej, dłuższej rozmowy nie przeprowadzić przez telefon, a później dopiero zaprosić

na bezpośrednie spotkanie? Tańsze to, prostsze, a przeprowadzone odpowiednio również humanitarne dla szukającego.

Często się dziwię właścicielom (decyzyjnym), którzy narzekają, że ich ludzie nie chcą sprzedawać przez telefon. Na pytanie czy system motywacyjny nagradza wysiłek sprzedażowy telemarketera, odpowiedź jest zazwyczaj negatywna.

To czego Państwo oczekujecie? Dlaczego liczycie na cuda? Wam wysiłek prowadzenia własnego biznesu wynagradza zysk generowany, miejmy nadzieję, przez większość miesięcy w roku. Co ma pchać waszych telemarketerów do wysiłku? Cieszenie się Waszym szczęściem? Jeśli chcecie, by nastąpiło B musi nastąpić A. Jeśli chcecie, by pracownicy naprawdę sprzedawali przez telefon, to musicie ich do tego również finansowo **motywować**.

Szkolenia i coaching. Nauka od doświadczonych telemarketerów. Nauka od doświadczonych trenerów. Wymiana doświadczeń między pracownikami. Analiza i zbieranie najlepszych praktyk. To wszystko służy rozwojowi i doskonaleniu się w sztuce sprzedaży przez telefon. Należy obserwować postępy zrekrutowanych pracowników i optymalizować pracę firmy w tym kluczowym elemencie pracy biuroserwisu. Zachęcam Państwa do podnoszenia poziomu pracy działów telemarketingu – przy niewielkiej inwestycji (przecież, nie trzeba inwestować w samochody) możecie uzyskać zdecydowane przyrosty sprzedaży i satysfakcję klientów.

Czego gorąco życzy Niski Głos

Tomasz Hoffmann

thoffmann@hoffmann.biz.pl

www.hoffmann.biz.pl



EFEKTYWNY TELEMARKETING

Jak sprzedawać więcej przez telefon?

Jak obniżyć koszty działu sprzedaży?

System analizy rozmów telefonicznych (SART)

wskaże rozwiązania

Analiza ilościowa i jakościowa

szczegółowe informacje www.hoffmann.biz.pl