

ESTILOS DE TELEMARKEETING: COMO CONECTAR-SE COM O CLIENTE



Nos dias de hoje, o profissional de teleatendimento tem a importante tarefa de levar a empresa até o cliente e de trazê-lo até a empresa, para, além de otimizar custos, poder estreitar os relacionamentos com esses clientes.

O teleatendimento apresenta-se como uma ferramenta imprescindível na comunicação entre empresa e cliente, conforme mencionamos, e pode ser dividido classicamente em dois estilos: receptivo e ativo.

Teleatendimento receptivo

Conforme o próprio nome já diz, o teleatendimento receptivo recebe as ligações dos clientes, ou seja, atende suas chamadas. Nesse caso, a central será o elo entre você (empresa) e o cliente. Através do receptivo, o cliente pode realizar vários contatos com sua empresa: fazer pedidos, solicitar informações, reclamar, dar sugestões, tirar dúvidas, etc. O teleatendimento receptivo permite:

- Gerar um cadastro de clientes interessados em nossos produtos e em nossa empresa.
- Obter informações sobre a opinião do cliente quanto aos serviços e produtos prestados por nossa empresa.
- Ao operador utilizar um roteiro bem simples para o atendimento.
- À empresa transmitir informações sobre produtos e a hora prevista de entregas de pedidos.
- À empresa informar-se sobre a falta de produtos.

Teleatendimento ativo

A empresa toma a iniciativa do contato. Os operadores ligam para um grupo previamente selecionado de pessoas/clientes. A grande dificuldade, e ao mesmo tempo grande desafio, é a invasão de privacidade que se manifesta pela distância existente entre o operador e o cliente. Para que isso seja superado no contato com as empresas, é importante o desenvolvimento de um relacionamento com os clientes, para que possamos efetuar o contato sem este pareça invasivo ou impertinente. Não pode haver exageros aqui.

Para efetuar o teleatendimento ativo é importante contar com:

- Um cadastro prévio de clientes ou futuros clientes.
- A redação de um script com características bem mais complexas em função do número de variáveis presentes.
- Muita habilidade do operador.
- Um treinamento intensivo em técnicas de vendas, comunicação e motivação.
- A boa vontade do cliente em nos atender e ouvir nossa proposta.

Lembre-se: o mais importante para o cliente é o tempo. Portanto, seja objetivo, claro e direto. E não se preocupe com as chamadas anteriores. Concentre-se na chamada atual e tenha em mente o desafio de torná-la produtiva.

Seguindo o script

Script é um texto previamente preparado e testado e que serve de orientação para um diálogo entre o teleatendente e o cliente. Use-o sempre. Para obter sucesso na utilização do script, é importante ter em mente alguns itens:

- Assimile o uso do seu roteiro até que ele faça parte de você profissionalmente.
- Pratique a sua apresentação em voz alta até que cada frase possa ser ouvida com entusiasmo.
- Não corra com a apresentação.
- Siga o script. Sua apresentação contém certos elementos indispensáveis que vão ajudar você a dar continuidade ao assunto.
- Fale, não leia. Seja natural.
- Fale com o cliente e não para ele. Identifique-se e, da mesma forma, identifique sua empresa.
- Mantenha os clientes envolvidos consigo. Fale de coisas que ele possa ganhar ou deixar de perder se comprar de você.
- Realize fechamentos de acordo com as técnicas de venda.
- Agradeça ao final, sempre. Agradeça e sorria.

Conclusão

Lembre-se: para que tenhamos sucesso nas vendas, é imprescindível conhecer as características ou serviços do produto que pretendemos oferecer e quais são seus benefícios, além de aplicar nossa sensibilidade para perceber quais são os desejos e necessidades de nossos clientes.