

7 Ideias para...

“Assim que o profissional de vendas termina o seu trabalho para criar lealdade no seu cliente, o que mais deve acontecer para que o cliente mantenha essa lealdade para com a empresa?”

In *Inbound Sales Excellence*, Wilson Learning

Para mais informações, por favor contacte-nos através do e-mail: marketing@wilsonlearning.com.pt

Melhorar a qualidade do serviço prestado telefonicamente

1. Qualidade e Quantidade. Tipicamente, os call centers focam-se na quantidade em vez de na qualidade, pois as chamadas têm de ser atendidas e os objectivos do serviço cumpridos. No entanto, uma má ou pobre qualidade do serviço tem um impacto negativo no cliente, no call center e na própria empresa; como, clientes insatisfeitos, chamadas repetidas e/ou incompletas, cancelamentos, custos de retenção de clientes, etc.

2. Guiar o Contacto. Guiar o contacto ou a chamada telefónica significa controlar a chamada, completá-la rapidamente, fazer a venda, dirigir o fluxo do diálogo, conduzir o diálogo, manter o cliente envolvido e conduzir a chamada na direcção que pretende. Lembre-se, esta acção inicia-se no momento em que cumprimenta o cliente e termina quando se despede.

3. Apresentação Verbal. Estamos habituados a vender com base no contacto pessoal. Neste caso, não existem componentes visuais nem para auxiliar o cliente nem o vendedor. Ou seja, o vendedor não consegue visualizar o contexto do seu cliente, as suas expressões e, acima de tudo, não consegue mostrar o seu produto. Assim, a eficácia da chamada depende do que você diz, da forma como se expressa e do seu tom de voz. A voz é a essência da apresentação, pois são as suas palavras e a forma como fala que transmite profissionalismo e credibilidade ao cliente.

4. Cortesia. A cortesia na chamada telefónica pode ajudá-lo a melhor compreender e gerir o silêncio do seu cliente, a colocar o seu cliente em espera e a retomar o diálogo com foco no negócio. Se cada um destes aspectos não for lidado com profissionalismo poderá culminar na perda de um cliente.

5. Barreiras a uma boa Escuta. Existem inúmeras barreiras que o podem impedir de ouvir o que o seu cliente lhe diz. Por exemplo, a repetição da mesma tarefa vezes sem conta, o cansaço, problemas pessoais, distrações mentais, interrupções, etc. O mais importante é saber como ultrapassar estas barreiras. Para tal, é necessária uma grande disciplina pessoal. Por vezes, ajuda simplesmente reconhecer a distração, mesmo que não a consiga ultrapassar.

6. Ouvir o Cliente. Existem vários tipos de escuta activa para se certificar que ouve realmente as necessidades e preocupações do seu cliente. Destacamos 3: a) Escuta Selectiva, que significa que está focado apenas no que o cliente diz sobre as suas necessidades ou problemas; b) Resposta à Escuta, onde encoraja o seu cliente a contar-lhe mais sobre o aspecto que já lhe revelou e c) Escuta Empática, onde demonstra a sua compreensão sobre o que o cliente disse.

7. Fazer Perguntas. Todos nós conhecemos já as várias teorias sobre “como fazer perguntas”. No entanto, podemos desconhecer que normalmente o erro está em fazer demasiadas perguntas, em vez de ouvir os clientes. Quando se tenta controlar uma conversa através de perguntas fechadas, o mais provável acontecer é perder informação e pistas, revelatórias do que na realidade o cliente deseja.