

LA TUA AZIENDA E' UN CALL CENTER E NON LO SAPEVI ?

Quando sentiamo parlare di call center ci vengono in menti ampi saloni in cui un numero cospicuo di persone stanno sedute dietro a bassi séparé di fronte a piccole scrivanie con avveniristiche cuffiette in testa e sguardi fermi su schermi di computer mentre parlano continuamente con interlocutori sconosciuti. In realtà il concetto di Call Center può essere applicato a qualsiasi azienda medio piccola, più o meno a tutte quelle che hanno un centralino, praticamente il 90%. I concetti che stanno alla base sono gli stessi: ogni azienda ha del personale che a tempo pieno o mentre svolge altre mansioni deve rispondere alle richieste dei clienti, ogni azienda ha dei clienti che la chiamano per avere informazioni sui suoi prodotti prima di completare l'acquisto (pre-vendita) oppure per avere spiegazioni sull'utilizzo degli stessi o sulla documentazione amministrativa od ancora sullo stato dell'ordine se pendente (post-vendita). Un Call Center è fatto di questo, operatori che comunicano con clienti cercando di servirli al meglio. Quindi le stesse regole di un Call Center possono essere applicate anche ad una azienda; a questo punto potremmo analizzare quali sono i punti di forza di un Call Center valido e ben funzionante ed applicarli alla nostra azienda. **La prima regola** di un buon Call Center è rispondere dopo pochissimi squilli, questo a fatto sì che molti Call Center, ma anche molte aziende, usino dei risponditori automatici, i quali però devono essere programmati in modo da evitare lunghi messaggi o complicati menu di opzioni in cui il cliente spesso si perde e da cui può scappare facilmente riagganciando. E sempre bene, dove si usino i risponditori, dare una scorciatoia per accedere velocemente all'operatore ("*in qualsiasi momento digitare zero per parlare con un operatore...*"). **La seconda regola** è la gentilezza e competenza degli operatori ed aggiungerei anche l'umiltà, in tal senso è importante che l'operatore si renda conto immediatamente se può rispondere alle richieste del potenziale cliente oppure se è meglio passarlo ad un collega o prendere nota, aprire una chiamata e farlo richiamare al momento che il collega più adatto sia di nuovo disponibile. E' molto meglio evitare di perdere tempo in due (operatore + cliente) senza arrivare a concludere niente piuttosto che tentare e finire magari per dare informazioni sbagliate o che tendano ad aumentare le aspettative del cliente rispetto alle reali qualità del prodotto. Per quanto riguarda la gentilezza credo che a tutti noi sia capitato di chiamare un'azienda e sentirsi rispondere un semplice "Pronto.." magari anche un po' sgarbato e con voce cavernicola. Almeno per quanto mi riguarda non è stata una bella esperienza. Tutti preferiamo che ci risponda una voce gentile (è indifferente se di uomo o di donna, a dispetto di quanto si può credere) che, anche senza usare le frasi da manuale come "*Ditta Rossi e Verdi srl buongiorno, mi chiamo Daniela, come posso esserle utile ?*" che sono talmente lunghe che spesso chi sta dall'altro capo del telefono viene colto da un irrefrenabile voglia di interromperle, ci accoglie con un semplice "*Ditta Rossi e Verdi buongiorno*"; efficace, breve, da subito spazio alla richiesta del cliente. **La terza regola** è la collezione delle informazioni sul cliente; numero chiamate, ultima chiamata fatta, argomento trattato, chi è all'interno dell'azienda l'interlocutore abituale di quel cliente, se ci sono chiamate aperte e via di seguito. E' importantissimo che il cliente possa sentirsi accolto e riconosciuto come tale, deve sentirsi importante e percepire che la sua richiesta è stata presa in seria considerazione, deve essere evitato di richiedere ulteriormente le stesse informazioni ogni volta che chiama o che viene passato da un interno all'altro. In quel momento deve sentirsi il Cliente e non uno dei tanti. Per quest'ultimo punto ci viene in aiuto la tecnologia informatica con i software di CRM (Customer Relationship Management).

Per maggiori informazioni www.worklandcrm.it

Matteoni Sergio