



## Fare marketing telefonico

### BREVE GUIDA PRATICA PER UNA GESTIONE DELLE CHIAMATE RAPIDA ED EFFICACE

- A cura dell'Ufficio Marketing di SegreterieTelefoniche.it -

1

#### 4) Altri messaggi di attesa

##### Messaggio al di fuori dell'orario d'ufficio

Questo messaggio dovrebbe essere distinto rispetto al messaggio di benvenuto o guida per IVR, in questo modo il cliente abituale saprà in un attimo che l'ufficio è chiuso e non gli farete perdere tempo. Basterà anche un sottofondo musicale diverso o una voce diversa da quella abituale.

Esempio:

*Grazie per aver chiamato RadioTreviso.it – la web radio dei Trevigiani. I nostri uffici sono chiusi in questo momento, vi preghiamo di richiamare dal lunedì al venerdì dalle 8 alle 12 e dalle 13 alle 18 e di visitare il nostro sito RadioTreviso.it per conoscere le chiusure stagionali programmate. Se conoscete l'interno della persona con cui desiderate parlare, digitatelo ora e potrete lasciare un messaggio direttamente nella sua casella vocale oppure lasciare un messaggio dopo il segnale acustico e sarete richiamati alla riapertura dei nostri uffici. Grazie per aver chiamato RadioTreviso.it – la prima radio digitale della provincia di Treviso.*

- Se lavorate con l'estero, indicate il fuso orario a cui fate riferimento nell'indicazione degli orari di apertura specialmente nelle riproduzioni del messaggio stesso in lingue diverse rispetto all'italiano.
- Quando siete chiusi, dirottare le vostre chiamate alla consultazione del vostro sito: è sempre una buona idea per farvi conoscere meglio.
- Se il vostro sistema lo prevede, utilizzate il più possibile il sistema di messaggeria vocale. Si è visto che i clienti gradiscono la possibilità di lasciare un messaggio in segreteria se consapevoli che verranno richiamati in breve tempo. Questa preferenza è ancora più marcata se hanno la possibilità di farlo direttamente nella casella vocale della persona con cui desiderano parlare.
- Utilizzate messaggi promozionali o informativi.



## **Messaggi di Attesa a scopo informativo e promozionale**

Le statistiche mostrano che il cliente preferisce ascoltare messaggi informativi piuttosto che essere passivamente intrattenuto da una base musicale. Esempio: “...le ricordiamo che può premere “1” in ogni momento per tornare al menù principale, potrai conoscere tutti i protagonisti di RadioTreviso.it direttamente sul nostro sito e RadioTreviso.it sarà presente come speaker ufficiale nelle seguenti manifestazioni....”.

- Questo tipo di messaggi sono un sistema efficace per dare informazioni che spesso sono il motivo per cui il chiamante sta contattando l’azienda, pensiamo a nuovi clienti che non conoscono ancora i dati aziendali come orari di apertura e chiusura, indirizzo, numero di fax, indicazioni stradali per raggiungere l’azienda...
- E’ importante far sapere sempre al chiamante che può terminare l’ascolto del messaggio in ogni momento premendo un tasto che lo riporterà al menù principale oppure al primo operatore disponibile.

## **Messaggi collegati a eventi particolari**

- Contribuirà all’immagine della vostra azienda augurare Buone Feste ai vostri clienti durante il periodo natalizio o personalizzare il messaggio di benvenuto in occasione della chiusura annuale per ferie prevista dalla vostra azienda.
- Menzionare la promozione attualmente in corso può dare un grosso contributo alle vendite della stessa.
- Quando variate il messaggio cercate di modificare la base musicale oppure la voce dello speaker, ma non entrambe contemporaneamente per non disorientare il chiamante qualora fosse un cliente consolidato.

*Hai dei dubbi su come puoi migliorare il marketing della tua azienda attraverso il sistema di smistamento dei messaggi vocali?*

*Avete delle esperienze interessanti da raccontarci in merito ad un buono o poco efficace “marketing telefonico?”*

*Parlacene scrivendo a [marketing@segreterietelefoniche.it](mailto:marketing@segreterietelefoniche.it).*