



Fare marketing telefonico

BREVE GUIDA PRATICA PER UNA GESTIONE DELLE CHIAMATE RAPIDA ED EFFICACE

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

1

2) Benvenuto e attesa

Il messaggio di Benvenuto è il primo messaggio ascoltato da coloro che vi chiamano e viene trasmesso su tutte le chiamate in entrata.

E' la presentazione della vostra azienda, il primo contatto che un potenziale cliente ha con voi ed allo stesso tempo rappresenta l'interlocutore più frequente con cui un vostro cliente consolidato si confronta.

E' importante studiare a tavolino questo messaggio tenendo ben presente alcuni semplici suggerimenti:

- E' fondamentale che il chiamante sappia di aver digitato il numero giusto per non fargli perdere tempo. Perciò, iniziate sempre il vostro messaggio con l'indicazione del nome e della sede che risponde alla chiamata, in caso ve ne sia più di una.
- Date sempre informazioni aggiornate (come l'orario di chiusura e apertura).
- Non siate ripetitivi, ad esempio, evitate di dire "grazie" in continuazione.
- Se previsto, fate sapere al cliente che può digitare in ogni momento l'interno con cui desidera parlare senza dover attendere il termine del messaggio registrato.
Ricordate che i clienti abituali preferiranno by-passare ogni attesa o eventuali menù di selezione digitando direttamente il numero della persona con cui desiderano parlare. E' buona norma segnalare, quindi, l'interno del vostro ufficio anche nel sistema di firma automatico che parte con l'invio di ogni e-mail dalla vostra casella di posta.
- Aggiungete un breve slogan o il messaggio pubblicitario tipico che accompagna le attività promozionali della tua azienda. In questo modo contribuirete a costruire l'immagine della vostra azienda.
Esempio: RadioTreviso.it – la web radio dei trevigiani! Grazie per averci chiamati. I nostri operatori sono impegnati in altre conversazioni in questo momento, lasciate il vostro nome, numero di telefono e il vostro messaggio dopo il segnale acustico e sarete richiamati a breve. A risentirci!
- Non lasciate il chiamante in silenzio o in ascolto passivo di una base musicale ripetitiva e con una brutta qualità di riproduzione.



Messaggio al di fuori dell'orario d'ufficio

Questo messaggio dovrebbe essere distinto rispetto al messaggio di benvenuto o al messaggio guida per IVR. Questo permetterà al cliente abituale di capire velocemente che l'ufficio è chiuso senza inutili perdite di tempo, grazie anche un sottofondo musicale diverso o una voce diversa da quella abituale.

Di contro con questo messaggio potrete dare a chi vi chiama per la prima volta, alcune informazioni fondamentali come gli orari di apertura e chiusura, un indirizzo di posta elettronica o i dettagli del vostro sito internet.

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 anche il fuso orario a cui fate riferimento nell'indicazione degli orari di apertura specialmente nelle riproduzioni del messaggio 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.

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.