



Fare marketing telefonico

BREVE GUIDA PRATICA PER UNA GESTIONE DELLE CHIAMATE RAPIDA ED EFFICACE

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

1

1) Introduzione

L'Autorità Italiana per l'energia elettrica e il gas ha stabilito dei criteri scientifici di valutazione in tema di qualità dei servizi telefonici per i clienti di aziende che si avvalgono di call-centers, criteri quali il TMA (tempo medio di attesa) che obbligano i tali uffici a dotarsi di un sistema di smistamento e risposta delle richieste entranti efficace a poco dispendioso in termini di tempo per i clienti.

Questa è la dimostrazione di quanto sia attuale il problema del miglioramento dei processi di risposta delle *enquiries* che provengono dalla clientela.

La tabella che segue è uno schema riassuntivo dei principali messaggi ascoltati da chiunque chiami un'azienda che si avvale di un sistema di smistamento delle telefonate:

Messaggio di benvenuto	Primo messaggio ascoltato dal chiamante riprodotto nel momento in cui questo raggiunge il numero di centralino e trasmesso a tutte le chiamate entranti.
Messaggio di attesa	Messaggio che viene ripetuto periodicamente all'utente durante la permanenza in coda nel caso in cui gli operatori siano occupati o non possano rispondere.
Messaggio in caso di operatori non disponibili	Quando non ci sono operatori liberi per rispondere alla chiamata, al chiamante può essere richiesto di riprovare più tardi oppure di lasciare un messaggio in segreteria.
Messaggio di superamento del tempo massimo di attesa	In questo caso l'attesa in coda si protrae per un tempo superiore al limite massimo impostato, pertanto il chiamante viene invitato a richiamare più tardi oppure a lasciare un messaggio.
Messaggio per chiamata fuori orario	La chiamata viene effettuata al di fuori della fascia oraria di operatività impostata.
Messaggio per superamento del numero massimo di chiamate in coda	Il centralino non può più mettere in coda nuove chiamate, la coda è satura.
Il Menù interattivo (IVR) se previsto	Il Messaggio Guida deve elencare le possibili opzioni a disposizione dell'utente chiamante, con relative istruzioni. Tale messaggio dovrà essere necessariamente registrato e caricato dal cliente, in base alle sue esigenze di indirizzamento delle chiamate (ad es. "Per parlare con l'Amministrazione, premi 1; per parlare con il Magazzino, premi 2,..."). In questi casi, pertanto, non è consigliabile utilizzare annunci standard predefiniti.



Dalla tabella della pagina precedente, si evince come giovi davvero poco all'immagine di un'azienda che *il chiamante attenda talmente a lungo da superare il tempo massimo di attesa*, esattamente come non si rivela certo efficace per il marketing di un'azienda che, *una volta che questi ha lasciato un messaggio in segreteria, nessun membro dello staff provveda a ricontattarlo*.

Per risolvere alcuni semplici disfunzioni collegabili all'automazione del sistema di risposta delle chiamate entranti, può rivelarsi fondamentale **soffermarsi e pianificare** in modo da capire con esattezza che cosa vogliamo dal nostro centralino o IVR distinguendo tra nuovi o potenziali clienti e clienti consolidati;

Quanto più sarà dettagliata la nostra analisi, tanto più rapidamente sarà possibile realizzare il vostro sistema di smistamento delle chiamate individuando eventuali inefficienze su cui intervenire.

In linea generica, conviene ricordare che è sempre meglio evitare registrazioni metalliche o digitali ed accenti marcati degli speaker: una voce amichevole e cordiale, ma soprattutto reale è fondamentale per un buon risultato e che quanto più il vostro messaggio è personalizzato tanto più il chiamante vi distinguerà rispetto ai vostri concorrente o ad altri fornitori.

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.