

Incremente sus Ventas: 7 consejos fundamentales para apoyarse en el teléfono

A la hora de analizar los resultados de venta alcanzados, suele dejarse de lado un sector que provee el ingreso de muchas oportunidades diarias, semanales y mensuales, con frecuencia se ignora la calidad de la COMUNICACION (muchas veces telefónica) que establecemos y manejamos con el mercado. Es necesario establecer una estrategia de comunicación que permita canalizarla para que verdaderamente satisfagan las inquietudes o problemas de los potenciales clientes o compradores. Y para que ellos sepan que cuentan con nosotros !

1. Minimizar las recepciones electrónicas o grabaciones (o mejorarlas verdaderamente).

Nada irrita más a un cliente que encontrarse con una grabación que lo conduce a otra espera interminable con música clásica o ambiental.

2. La selección de la recepcionista telefónica.

Debe contemplar una prueba auditiva de su tono de voz, calidez y predisposición en la atención. La familiarización con el conmutador y con los distintos representantes de la organización "en términos de números de interno", es otro aspecto a proveerle en su capacitación previa a tomar tan importante función.

3. Proveer un registro de llamadas entrantes.

Cualquiera sea el método que elija (manual, PC, etc.), este aspecto es la clave que permitirá saber, cuántas llamadas se produjeron, quiénes llamaron, cuántas veces, por qué motivo, y quiénes lo atendieron y cómo, en la tarea de seguimiento y evaluación de la atención a clientes y futuras inversiones en promoción.

4. Personalización y predisposición de cada recepción.

Aunque pueda resultarle extraño, cada representante que atienda una llamada debería presentarse a quién lo solicita. "Habla González, ¿en qué puedo ayudarle?". Esto permite evitarle al interlocutor la incomodidad de preguntar con quién habla, brindándole una clara imagen de predisposición a su servicio y facilitará todo lo que pueda venir después en esa comunicación.

5. El tiempo de llamada.

La tolerancia del potencial cliente debe considerársela como ínfima. Este criterio nos lleva a la conclusión comprobada que, "más de 2 timbres sin responder, incrementan el número de llamadas no completadas".

6. Interpretación clara de mensajes.

Esta habilidad representa un tema en sí mismo. Al no contar con los gestos (por ahora) de nuestro interlocutor, constituye un aspecto esencial poder interpretar el tono y el contenido de los mensajes de quienes nos hablan del otro lado de la línea. Esta habilidad se desarrolla con capacitación práctica aplicada a esta gestión tan estratégica .

7. Respuestas y soluciones.

De poco podrá servir todo lo anteriormente expresado, si luego de cada llamada el actual o potencial cliente, no obtuvo satisfacción en lo que esperaba de los representantes de la organización. Para lo cual, deben establecerse criterios claros de cómo solucionar cada caso específico en cada uno de los sectores y con definidos niveles de autoridad.

Si duda de los efectos descriptos en cada uno de estos puntos, no se preocupe. Sus competidores estarán muy felices de recibir las llamadas de quienes no obtuvieron satisfacción en su organización por alguno de dichos motivos.

En la era de la hipercompetitividad, no es solo cuestión de contar con el mejor producto o servicio, sino de convertirlo en "gratamente accesible" a los potenciales consumidores o usuarios.

*** Le invitamos a comentar este artículo o para cualquier consulta, comuníquese con José Eduardo Villacís, al (442) 140 1211, email: jvillacis@action-international.com.mx, de ACTION International en Querétaro. El le atenderá con mucho gusto y sin compromiso. También puede visitar la dirección de internet: www.coachdenegocios.com**