

NDICE

Sinopse.....	03
Apresentação.....	04
Introdução.....	06
Importância do Telemarketing :	
Conceito	
Técnicas de vendas	
Elaboração de script	
Roteiro	
Salário	07
Supervisão	08
Conceito em Marketing:	
Mala direta	
SAC	
Call Center	09
Dicas Para um Bom Atendimento	10 a 11
Perfil Profissional:	
Candidato Ideal	
Televendas	
Dicas Para Cuidar da Voz	16
Script e Roteiro	17 a 28
Objeções	19
Exercício	20 a 24
Anotações	25 a 26
Telemarketing Manual Quick Start.....	27 a 32

SINOPSE

Neste trabalho procurou-se compilar textos de diversos autores de renome, sob uma ótica baseada em experiência profissional em cargos de chefia e como consultor de empresas, durante estes quase 5 anos de trabalho. O intuito é o de ordenarmos conceitos, idéias e metodologias que nos permitissem ministrar cursos de Organização, Sistemas e Métodos, voltados para uma visão profissional e cidadã moderna e atraente, porém, sem perder de vista os fundamentos básicos mínimos para que os aprendizes se motivem a aprofundar os estudos, destes Conceitos e Ferramentas, devido ao conhecimento de como utilizá-los, visando um aperfeiçoamento contínuo dos Processos de Cidadania.

Leandro Gomes Matos Diretor da RNC



Prezados Senhores:

Este material didático é parte integrante do Centro de Ensino Profissionalizante JN.M@tos, uma iniciativa da RNC, preocupada com a exclusão digital e social que separa a sociedade em classes distintas, aumentando significativamente a distância de jovens e pessoas comuns aos novos conceitos da sociedade moderna, cada vez mais informatizada.

O projeto JN.M@tos foi idealizado para proporcionar um primeiro contato com o fascinante mundo da informática. Durante o curso, serão postos à prova, a cada fase, o conhecimento e habilidades adquiridos.

Este trabalho não poderia ser concretizado sem o sólido apoio da UNIVERSIDADE CATÓLICA DE PETRÓPOLIS - UCP, CORREDOR MUSICAL "GIL", ROSE ELETRÔMOVEIS, e EDITORA VOZES instituição de renome, à qual temos profundo respeito e admiração, por ser um poderoso meio de inclusão social.

Para todos aqueles que farão parte deste projeto, fica o sincero desejo de que encarem estas atividades não como um curso, mas como um desafio. Deixamos, portanto, um estímulo para que haja sempre criatividade e interesse em sempre buscar aprender coisas novas, sempre!

Joelma Nepomuceno Diretora da RNC.





Acesse o nosso site e veja o que está acontecendo na sua comunidade: www.rnc.org.br

Joelma Nepomuceno, Diretora de projetos da RNC
Tel: (21) 9911-8928
E-mail: joelmanepomuceno@rnc.org.br



INTRODUÇÃO

Objetivo

Fornecer conhecimentos básicos para as pessoas que estão em busca de novas oportunidades em uma profissão que cresce a cada dia.

A IMPORTÂNCIA DO TELEMARKETING

Conteúdo programático:

- O que é telemarketing;
- Como as empresas utilizam o telemarketing;
- O profissional de telemarketing – (perfil, hábitos e salários);
- Orientação para o trabalhador.

Conceito em telemarketing

- Mala direta/ SAC/ Call Center;
- Estilo de telemarketing;
- O perfil profissional de telemarketing.



Técnicas de vendas

- Saber ouvir, hábitos vocais;
- Regras básicas de atendimento;
- Dicas para ter uma boa voz ao telefone;
- Dicas para cuidar da voz.

Elaboração de script ou roteiro

- Como estabelecer o contato;
- Como utilizar técnicas de sondagem;
- Como contornar objeções;
- Simulação de vendas;
- Jogos dinâmicos para uma boa abordagem.

Salários

Um operador ganha em média três salários mínimos (R\$ 680,00), mas depende de empresa, do produto, se é telemarketing ativo ou receptivo. Podendo ser maior de acordo com as comissões e premiações, a jornada de trabalho é de 6 a 8 horas por dia, para cada grupo de 12 a 20 operadores há um supervisor:



1 – Supervisor: o supervisor do telemarketing que se tornará mais importante nos próximos anos é telemática. A telemática traz respostas confiáveis ao problema de centralização. Recomenda-se a descentralização dos meios de telemarketing com a utilização das unidades nas agências das grandes empresas, nas concessionárias e nas distribuidoras. A grande motivação para essa estratégia é a coordenação com os vendedores porta a porta, aproximar o teleoperador dos vendedores para garantir uma sinérgica eficaz.

A telemática permite hoje centralizar equipes de operador sob controle de um supervisor especializado em telemarketing nun dado local, sem perturbar a coordenação com a equipe de vendas, descentralizada.

ATIVIDADE DO SUPERVISOR:

1. Ensinar a equipes locais a profissão de telemarketing, no qual se refere a análise dos segmentos;
2. Criar estratégia de vendas;
3. Redigir bons scripts para orientar a equipe;
4. Organizar e administrar a estatística de vendas por setor, por teleoperador ou produto;
5. Servir de ligação entre a gerência que traz a estratégia empresarial e a equipe, que deve recebe-la e ser capaz de produzir no setor essa estratégia empresarial maior;
6. Estimular equipes de televendas, sem ser insistente ou autoritário;
7. Saber gerir distorções de freqüência de ligações;



Normalmente para cada três supervisores, há um gerente de telemarketing. O salário de mercado para supervisor é de 12 a 15 salários mínimos, incluindo comissões, costuma-se promover um televendedor de destaque, com experiência contínua de 2 anos, no mínimo.

2 – Gerente: o gerente de telemarketing precisa ser especialista em Marketing, porem dedicado exclusivamente ao campo de venda por telefone e é encontrado em qualquer empresa pequena, média ou grande que tenha uma equipe de prospecção, com orientação para o marketing e controle de qualidade. Em um sistema de representantes ou exclusivamente telefônico.

ORIENTAÇÃO PARA O TRABALHADOR

Para entrar em linha direta com um emprego, sem precisar de experiência prévia, o telemarketing pode ser a melhor opção. Sobretudo para quem é desinibido, gosta de falar, tem boa fluência verbal, demonstra capacidade de concentração e sabe lidar com teclado. Para conseguir uma vaga, é importante além de acompanhar os classificados de empregos, ligar para agencia de recrutamento e centrais de telemarketing que mantém seu cadastros abertos. O crescimento do mercado e sua alta taxam rotativa de rotatividade favorece o telecandidato.

CONCEITO EM MARKETING

Estilos de Marketing (Existem duas formas de marketing):

- Ativo: Através do qual se faz contato por telefone com os clientes em potencial;



- Receptivo: Onde se usam as mídias disponíveis para divulgar o produto, o telefone e se aguarda a chamada do interessado.

Mala Direta / SAC / Call Center

Telemarketing com canal de comunicação

Apoio da Mala Direta: utilização ao telefone com mídia de resposta para elaboração de “mailing list” – cadastro de compradores ou para “trading up” – evidenciar vantagens maiores de um produto, para maior divulgação de produtos ou ainda para confirmação se o cliente realmente recebeu a mala direta, como força motivadora de venda.

SAC / Call Center

SAC – Serviços de Atendimento ao Cliente ou Call Center. Em uma central de atendimento ao cliente ou SAC, aguarde-se a chamada, quando o cliente liga, pode ser para reclamar, pedir alguma informação, fazer algum pedido, dependendo da empresa em que esteja trabalhando. Mas sempre ao atender ao telefone, fica atento para se identificar, como por exemplo: RNC Juliana Boa Tarde, Em Que Posso Ajudar?



Para ter acesso a apostila completa matricule-se já na Rede Novo Curso

