

Anàlisi

La imatge que transmeten les empreses a través del telèfon

► Fer empresa no només depèn d'oferir un bon producte o servei. El client l'ha de comprar, i la seva decisió la fonamentarà en molts factors. Un d'ells és el tracte que rep de l'empresa. I moltes vegades, el contacte s'estableix inicialment per telèfon.

El desconegut que es posa en contacte amb nosaltres per telèfon s'emporta inevitablement una imatge de la nostra empresa. Aquesta primera impressió pot ser d'ordre i d'eficiència, o de caos, desinterès i poca professionalitat.

Molts emprenedors comencen amb pocs recursos i no disposen d'una persona per atendre les trucades. És el cas dels autònoms, professionals liberals que treballen sols o de les microempreses formades pels socis fundadors i que han de fer d'empresaris, secretàries, comptables i comercials alhora, a més d'haver d'estar sempre localitzables per no perdre ni un client. Aquesta situació pot arribar a ser molt estressant i pot causar molt mala impressió en les persones que ens truquen.

Quan lliurem una targeta o indiquem el nostre telèfon en un anunci o en una pàgina web, ho hem de fer amb el convenciment que algú s'interessarà pels nostres productes i que possiblement necessitarà més informació. El moment d'aquest contacte és imprevisible, i hem d'estar preparats per donar la millor atenció telefònica en qualsevol moment. La salutació inicial, la veu de la persona que contesta la trucada, la capacitat de resposta, tindran un impacte en la ment del possible client que, no veient res, s'haurà de formar la imatge de la nostra empresa segons allò que percep telefònicament.



Imaginem que fem una modesta campanya de publicitat i que, encara que sigui per curiositat, tres persones s'interessin pel nostre producte. Aquí teniu tres maneres segures de perdre un client.

✓ A la primera trucada surt el contestador de l'empresa perquè nosaltres estem fent una gestió al banc. El possible client s'estranya que en horari laboral no hi hagi ningú. No deixa

el missatge perquè volia obtenir informació detallada. Possiblement no tornarà a trucar. A les reticències habituals per trucar, s'hi afegiran la mandra per intentar-ho de nou, la facilitat amb què trobarà un altre establiment i la desconfiança que li ha generat una empresa que no li contesta.

✓ A la segona, ens hi posem nosaltres mateixos encara que estiguem par-

lant amb una altra visita. No podem fer dues coses alhora: o desatenem la trucada o interrompem la conversa presencial. L'un o l'altre s'emportaran una mala imatge.

✓ El tercer client té la sort que ens hem desviat les trucades al mòbil, però ens enxampa al carrer i sent tot l'enrenou del trànsit; nosaltres no el sentim bé a ell i la conversa no és tan fluida com hauria de ser per poder convèncer-lo de les qualitats del nostre servei. Finalment, no podem prendre nota de les seves dades perquè no som al despatx i no tenim on anotar-les.

Quan ens passa tot això, i no podem

Molts negocis comencen amb pocs recursos i no es disposa de ningú per atendre les trucades

permetre'ns encara contractar una persona que s'ocupi de l'atenció telefònica, tenim una solució ben senzilla i econòmica: el servei de secretaria virtual. Podem confiar aquest servei a alguna empresa de serveis de telemàrqueting o als responsables d'un centre de negocis. Aquests últims ofereixen el servei de recepció de trucades a les empreses que s'han instal·lat als despatxos del centre, però també a altres professionals que només sol·liciten aquest servei. El preu és d'uns seixanta euros al mes, però varia segons el volum de trucades que tingueu i del tipus d'informació que voleu que es doni. De vegades, n'hi ha prou que la persona que truca pugui deixar l'encàrrec;

després, amb tota la calma i amb la preparació que calgui, podreu posar-vos-hi en contacte vosaltres mateixos. Entre altres avantatges, podeu activar el servei quan vosaltres vulgueu en un horari molt ampli, normalment de 8 del matí a 8 del vespre. Només heu de desviar les trucades del vostre telèfon al que us adjudicaran per al servei de secretaria virtual. Els responsables contestaran les trucades en nom vostre o de la vostra empresa i amb la salutació estandaritzada que vosaltres vulgueu. La notificació d'aquestes trucades es fa instantàniament a una adreça de correu electrònic o bé, al final del dia, per fax. Si és urgent, us podran localitzar al telèfon mòbil. Per cert, també podeu desviar-hi aquest si preveieu que no tindreu cobertura, estareu en una reunió o, senzillament, voleu una estona de tranquil·litat.

Només us heu d'assegurar que les persones que contesten les trucades són uns bons professionals: contesten en l'idioma que els demaneu, parlen amb correcció, tenen un to de veu ferm i optimista, són amables, tracten el client amb discreció, prenen les notes correctament i són eficients en la gestió de les dades. Aquests són els mínims que cal exigir per poder-hi confiar. Si els trobeu –us puc assegurar que existeixen–, millorarà la imatge de la vostra petita empresa, guanyareu clients i tindreu més salut.

Teresa Baró
Sòcia-directora d'Icompani
Imatge i comunicació
tbaro@icompani.com

Els objectius: eines per a la millora professional

► Sembla que una de les raons més freqüents del fracàs i de la sensació d'infelicitat de les persones és la falta d'objectius clarament definits.

De vegades ens conformem de reaccionar al que ocorre, sense molestar-nos a establir prèviament un pla. Les coses no succeeixen soles, succeeixen perquè algú fa que succeeixin.

Una de les diferències entre el triomfador i el fracassat és que al primer no li importa fer coses que no li agraden, perquè té molt clar que sense elles no arribaria als objectius que es proposa i que sí li agraden.

Quan hi ha uns objectius per assolir, l'ús del temps adquireix una gran importància. Els objectius són concrecions específiques sobre els resultats desitjats, amb els quals un se sent compromès.

La majoria de les persones no es preocupa dels objectius. Simplement respon als fets de cada dia, o reacciona a les demandes i a les pressions de la gent o de les coses. Però si es desitja mantenir el timó del propi temps, s'ha de deter-

minar exactament quins són els seus objectius i mantenir-los actualitzats segons vagin evolucionant els fets i les seves pròpies expectatives.

Els objectius ben definits han de complir diversos requisits. Les característiques més importants són:

- ✓ Propis. Ningú no lluita per objectius d'uns altres
- ✓ Pocs, i molt importants. Si no és així, resulta que resten forces uns als altres
- ✓ Assolibles, però amb dificultat. El fàcil no motiva. El massa difícil, tampoc
- ✓ Mesurables, quantificables en tant que sigui possible. D'una altra manera se'n fa difícil el seguiment
- ✓ Concrets i específics. No és un objectiu voler ser ric. Sí ho és voler guanyar x milions en un termini de temps
- ✓ Compatibles entre ells. No es pot pretendre alhora llançar un producte revolucionari i no assumir riscos
- ✓ Estar escrits i ser fàcilment consultables
- ✓ Tenir terminis intermedis que en facilitin el seguiment
- ✓ També és molt important tenir una agenda d'objectius

a assolir, en la qual es digui què és exactament el que es necessita aconseguir.

Quins assumptes li han estat encomanats? Quines noves oportunitats desitja explorar? Relacioni'ls en una llista, que haurà de convertir-se en l'autèntica brúixola que marqui el rumb. I que l'ajudi a recuperar-lo quan els esdeveniments el distreguin i tendeixin a fer-lo caure en el parany de l'activitat.

En moltes companyies usen algun tipus de direcció per objectius. Si ja n'hi ha (anuals, trimestrals) convé compar-los amb els anotats a l'agenda per veure si són compatibles. És important que a la direcció de l'empresa els objectius hagin estat debatuts, negociats i assumits per cada nivell de comandament, perquè siguin acceptats com a propis i tinguin tota la potència carismàtica per dur la persona o el seu equip a les més altes cotes d'eficàcia.

Emili Iglesias
Coordinador comercial