

## Como montar um script de telemarketing

---

Todo operador de telemarketing precisa de um script. Geralmente, a empresa no momento do treinamento entrega ao operador o script que será utilizado por ele.

No entanto, muitos confundem script com roteiro. Simplesmente decoram o que vão dizer e isso prejudica tanto a imagem da empresa como os próprios operadores, pois o atendimento ao cliente passa a ser robotizado.

Frases como: "pois não, senhor", "só um minutinho", "essa informação é em outro setor, vou transferi-lo" ...são utilizadas pelos operadores de telemarketing e viraram piada em programas de humor.

Script de telemarketing, na verdade, é apenas uma base. O operador de telemarketing deve ser adaptável, flexível de acordo com a necessidade de cada cliente.

O atendimento ao cliente deve ser personalizado, por isso, uma qualidade muito importante para o profissional de tmkt (telemarketing) é saber ouvir. Conhecer a dificuldade do cliente e dar uma solução. É isso que o cliente espera.

Para isso, o profissional precisa de treinamento. Nesse treinamento é importante abordar técnicas de vendas, técnicas de vendas por telefone, técnicas de vendas e atendimento, técnicas de motivação em vendas, mas além de técnicas é preciso abordar a importância da qualidade no atendimento. Tratar o cliente como o profissional gostaria de ser tratado funciona.

Por isso, lembre-se: use script de telemarketing e não um roteiro. Improvise, adapte, seja flexível, ouça mais seu cliente.

Veja abaixo um passo a passo de como vender por telefone:

Para você ter sucesso em suas ligações, alguns fatores são de extrema importância: a qualidade da listagem de nome e telefones, adequação do produto ao cliente em foco e o valor do produto em relação ao concorrente. Para saber mais detalhes sobre isso, sugiro que você adquira o curso de implantação de uma central de telemarketing, ministrado pelo professor Isaac Martins ([www.institutoim.com.br](http://www.institutoim.com.br)).

Analisando isso, poderemos continuar as nossas técnicas para vendermos mais.

O primeiro passo em sua conversa pelo telefone será a sua apresentação.

O produto que vou utilizar é o livro SuperMotivado – histórias surpreendentes (aliás, se você desejá-lo o site é [www.motivacaototal.com.br](http://www.motivacaototal.com.br) )

O cliente o atenderá ao telefone com o alô ou pelo nome da empresa e você deverá usar o seguinte:

***Bom dia, meu nome é Isaac Martins, sou do Instituto Isaac Martins.***

Veja que na sua apresentação você deverá usar o cumprimento, seu nome e o nome de sua empresa.

O próximo passo é criar um relacionamento e empatia; e a melhor maneira de fazer isso é perguntando o nome da pessoa. Veja como fica:

***Qual o seu nome, por gentileza?***

O próximo item é fundamental para a permanência de nossas ligações: é o momento em que forneço as reais vantagens para o cliente continuar escutando a ligação. Para que isso ocorra é necessário que você crie uma frase com palavras mágicas que despertem interesse no ouvinte.

As palavras são muitas, tais como: ganhar dinheiro, ganhar tempo, economizar dinheiro, economizar tempo, ter segurança, comodidade, praticidade, e assim por diante. Vejamos como podemos usar isso na prática. Vamos citar o exemplo da universidade do trânsito:

***Sr. Martins, o motivo de meu contato é oferecer uma maneira de motivá-lo e aumentar seu conhecimento no dia a dia.***

Note que usamos o nome do cliente no início de nossa sentença, isso é uma maneira eficaz de ter um relacionamento amigável com o cliente. Perceba também que as palavras-chaves foram: economizar tempo e aumentar o conhecimento.

É bom salientar que segundo o código de ética do telemarketing deve-se pedir autorização para continuar a conversa. Então vejamos como fazer isso usando o exemplo citado:

***Sr. Martins, o o motivo de meu contato é oferecer uma maneira de motivá-lo e aumentar seu conhecimento no dia a dia. Posso continuar?***

Se o cliente afirmou que pode, a próxima etapa é fazer perguntas inteligentes. Esse momento é o instante em que poderemos escutar o cliente e criar uma ponte das respostas dele com os benefícios de nosso produto.

Para fazer isso você deverá pensar em perguntas que irão auxiliá-lo na conversa. Vamos supor que você venda plano de saúde, então uma sugestão é: O que o senhor tem feito quando necessita de cuidados médicos? Essa simples pergunta é mais eficaz do que se eu perguntasse se ele está satisfeito com o plano de saúde que possui.

Vejamos como podemos aplicar esse passo em nosso exemplo do Instituto Isaac Martins:

***Senhor Martins, o que tem feito para motivar-se diante das dificuldades?***

Fique atento à resposta, pois ela irá ser de grande ajuda. Porém, assim que o cliente responder, crie uma junção com a próxima etapa que é a oferta.

É na oferta que se apresenta o produto como soluções às questões levantadas e os valores envolvidos na comercialização. Veja como fica:

***Sr. Martins, foi pensando nisso apresento para o senhor o livro SuperMotivado, que contém histórias motivacionais, ilustrações e fábulas que vão surpreende-lo. O livro está por apenas.... e assim por diante.***

Depois que você salientou isso, é hora do fechamento, que deve ser com perguntas fechadas que estimulem o cliente a comprar o seu produto, como, por exemplo:

O senhor vai pagar com cheque ou cartão? O local de entrega é rua ou avenida? O senhor deseja um ou dois pares do produto? O melhor dia para agendarmos nossa visita é segunda ou terça? De manhã ou de tarde?...

No entanto, o cliente fará objeções, que é uma barreira que o impede de vender. Para você ter sucesso em suas objeções o segredo está em prevê-las antecipadamente. Veja algumas objeções mais comuns: O produto está caro; eu já tenho um fornecedor; não preciso no momento; não tenho tempo para isso; vou pensar...

Com certeza usando essa técnica você poderá ter sucesso em suas ligações telefônicas. Mas é bom salientar que a melhor abordagem é aquela que traz resultados, por isso faça várias abordagens e escolha a melhor.

Atendimento ao cliente

Atender bem o cliente é uma das armas comerciais para fidelizá-lo. Por isso, o modo como você o atende poderá construir um relacionamento ou destruí-lo. Veja como devemos atendê-lo: Tenha uma apresentação simpática; quando o cliente ligar para sua empresa diga o nome da empresa, nome pessoal, cumprimento, pergunte o nome e, em seguida, pergunte como pode ajudá-lo. Observe como ficará:

**Universidade do Trânsito**

**Isaac Martins**

**Com quem eu falo, por gentileza?**

**Sr....., em que posso ajudá-lo?**

Note que, nesse exemplo, a vendedora não usou o cumprimento. Veja outro exemplo:

**Universidade do Trânsito**

**Bom dia!**

**<eu quero saber mais dos cursos>**

**Com quem eu falo, por gentileza?**

Há inúmeras maneiras de atender o cliente, no entanto o modo de atendimento deve constar o sorriso na

voz, falar devagar, nunca disser alô ou oi, ter postura no atendimento e muito mais.

Se você for fazer o segundo atendimento, ou seja, digamos que sua empresa tenha uma recepcionista e

ela passe a ligação, o atendimento secundário poderá ser: o seu nome mais o cumprimento ou o seu

departamento e o cumprimento. Mas lembre-se: nunca diga alô, pronto, pois não, e oi.

No momento em que o cliente liga, ele já sabe o que quer. Então, escute atentamente sua necessidade e

explique como o seu produto poderá auxiliá-lo nisso; diga detalhes sobre o produto ou serviço, as

vantagens, preço, as promoções envolvidas e, principalmente, os diferenciais competitivo.

Atente-se às

perguntas e dúvidas dos clientes e crie perguntas para o fechamento. Uma boa técnica é durante a ligação

fazer perguntas de desenvolvimento, que são usadas para conhecer melhor os desejos do cliente.

Para finalizar confirme os dados e agradeça pela ligação.