

Załącznik nr 1 do Regulaminu Konkursu

Telemarketer Roku II edycja 2010

Uczestnicy Konkursu „Telemarketer Roku II edycja 2010” zostaną ocenieni w kategorii wskazanej przez Zgłaszającego na podstawie trzech nadesłanych rozmów.

Kategorie rozmów:

- **Sprzedaż inbound** - rozmowy przychodzące zakończone sprzedażą lub deklaracją zakupu produktu lub usługi;
- **Sprzedaż outbound** - rozmowy wychodzące zakończone sprzedażą lub deklaracją zakupu produktu lub usługi;
- **Obsługa Klienta** - rozmowy wychodzące oraz przychodzące polegające na udzielaniu klientowi informacji o produkcie lub usłudze przy zachowaniu zasad profesjonalnej obsługi;
- **Help desk** - rozmowy przychodzące dedykowanych linii pomocy technicznej zakończone rozwiązaniem problemu;
- **Windykacja** - rozmowy wychodzące, prowadzone według podstawowych zasad akcji windykacyjnych, zakończone uzyskaniem deklaracji klienta o spłacie należności.

Kryteria oceny rozmów biorących udział w Konkursie.

Rozmowy w kategorii „Sprzedaż inbound” będą oceniane wg poniższych kryteriów:

1. 1 ROZMOWA Z KLIENTEM

Oceniane elementy:

- a. Nawiązanie kontaktu (PPW - pierwsze pozytywne wrażenie, autoprezentacja, weryfikacja/identyfikacja rozmówcy, podanie celu kontaktu);
- b. Badanie potrzeb/ kontrola rozmowy (pytania, wyciąganie wniosków, zebranie niezbędnych informacji, zasadność zadawanych pytań, zgodnych z celem rozmowy, aktywne słuchanie);
- c. Przedstawienie oferty/rozwiązania (pobudzenie potrzeb klienta poprzez odpowiednio wyeksponowane atuty produktu, mocne pozytywne zwroty, wykorzystanie języka korzyści, zwięzłość i jasność wypowiedzi);
- d. Pokonywanie obiekcji/próby sprzedaży (przekonująca argumentacja dostosowana do potrzeb i typu klienta, trafność zastosowanej kontrargumentacji);
- e. Finalizacja sprzedaży (zarządzanie czasem rozmowy, zamknięcie sprzedaży, zastosowanie metod i technik sprzedażowych, podsumowanie rozmowy).

2. SKUTECZNOŚĆ PODJĘTYCH DZIAŁAŃ PODCZAS ROZMOWY

Oceniane elementy:

- a. Narzędzia kontroli rozmowy (zastosowanie w rozmowie);
- b. Język korzyści (zastosowanie w rozmowie);
- c. Jakość kontrargumentacji (trafność formułowanych argumentów);
- d. Dostosowanie do rozmówcy (jasność formułowanych komunikatów, dostosowanie tempa, tonu, rozpoznanie typu klienta i motywacji do podjęcia zakupu);
- e. Techniki sprzedażowe (zastosowanie w rozmowie);
- f. Budowanie relacji pomiędzy konsultantem a rozmówcą (klimat rozmowy);
- g. Postawa marketingowa (pobudzenie potrzeb klienta, budowanie pozytywnego wizerunku reprezentowanej firmy, zarządzanie czasem i przebiegiem rozmowy);

h. Przedstawienie klientowi najlepszego rozwiązania (zachęcenie do zakupu).

3. PRACA GŁOSEM

Oceniane elementy:

- a. Dynamika wypowiedzi (zaangażowanie, entuzjazm, tempo);
- b. Język wypowiedzi (standardy gramatyczne, porządek logiczny, łatwość w przekazywaniu informacji, zwroty grzecznościowe);
- c. Głos (dykcja, intonacja, modulacja głosu, akcentowanie).

Rozmowy w kategorii „Sprzedaż outbound” będą oceniane wg poniższych kryteriów:

1. ROZMOWA Z KLIENTEM

Oceniane elementy:

- a. Nawiązanie kontaktu (PPW - pierwsze pozytywne wrażenie, autoprezentacja, weryfikacja/identyfikacja rozmówcy, podanie celu kontaktu);
- b. Badanie potrzeb/kontrola rozmowy (pytania, wyciąganie wniosków, zebranie niezbędnych informacji, zasadność zadawanych pytań, zgodnych z celem rozmowy, aktywne słuchanie);
- c. Przedstawienie oferty/rozwiązania (pobudzenie potrzeb klienta poprzez odpowiednio wyeksponowane atuty produktu, mocne pozytywne zwroty, wykorzystanie języka korzyści, zwięzłość i jasność wypowiedzi);
- d. Pokonywanie obiekcji/próby sprzedaży (przekonująca argumentacja dostosowana do potrzeb i typu klienta, trafność zastosowanej kontrargumentacji);
- e. Finalizacja sprzedaży (zarządzanie czasem rozmowy, zamknięcie sprzedaży, zastosowanie metod i technik sprzedażowych, podsumowanie rozmowy).

2. SKUTECZNOŚĆ PODJĘTYCH DZIAŁAŃ PODCZAS ROZMOWY

- a. Narzędzia kontroli rozmowy (zastosowanie w rozmowie);
- b. Język korzyści (zastosowanie w rozmowie);
- c. Jakość kontrargumentacji (trafność formułowanych argumentów);
- d. Dostosowanie do rozmówcy (jasność formułowanych komunikatów, dostosowanie tempa, tonu, rozpoznanie typu klienta i motywacji do podjęcia zakupu);
- e. Techniki sprzedażowe (zastosowanie w rozmowie);
- f. Budowanie relacji pomiędzy konsultantem a rozmówcą (klimat rozmowy);
- g. Postawa marketingowa (pobudzenie potrzeb klienta, budowanie pozytywnego wizerunku reprezentowanej firmy, zarządzanie czasem i przebiegiem rozmowy);
- h. Przedstawienie klientowi najlepszego rozwiązania (zachęcenie do zakupu).

3. PRACA GŁOSEM

Oceniane elementy:

- a. Dynamika wypowiedzi (zaangażowanie, entuzjazm, tempo);
- b. Język wypowiedzi (standardy gramatyczne, porządek logiczny, łatwość w przekazywaniu informacji, zwroty grzecznościowe);
- c. Głos (dykcja, intonacja, modulacja głosu, akcentowanie).

Rozmowy w kategorii „Obsługa klienta” będą oceniane wg poniższych kryteriów:

1. ROZMOWA Z KLIENTEM

Oceniane elementy:

- a. Nawiązanie kontaktu (PPW - pierwsze pozytywne wrażenie, autoprezentacja, weryfikacja/identyfikacja rozmówcy, podanie celu kontaktu);
- b. Zebranie informacji (pytania, wyciąganie wniosków, zasadność zadawanych pytań, zgodnych z celem rozmowy, aktywne słuchanie);
- c. Analiza potrzeb (parafraza, czas reakcji, mocne pozytywne zwroty, wykorzystanie języka korzyści, zwięzłość i jasność wypowiedzi);
- d. Pokonywanie obiekcji, rozwianie wątpliwości, udzielenie informacji (przekonująca i precyzyjna argumentacja dostosowana do potrzeb i typu klienta, trafność zastosowanej kontrargumentacji, rozpoznanie potrzeb rozmówcy i nazwania problemu);
- e. Finalizacja rozmowy (zarządzanie czasem rozmowy, podsumowanie rozmowy, potwierdzenie uzgodnionego z rozmówcą rozwiązania, potwierdzenie warunków i realizacji zgłoszenia, zaproszenie do ponownego kontaktu, KPW - końcowe pozytywne wrażenie).

2. SKUTECZNOŚĆ PODJĘTYCH DZIAŁAŃ PODCZAS ROZMOWY

Oceniane elementy:

- a. Narzędzia kontroli rozmowy (zastosowanie w rozmowie);
- b. Język korzyści (zastosowanie w rozmowie);
- c. Jakość kontrargumentacji (trafność formułowanych argumentów);
- d. Dostosowanie do rozmówcy (jasność formułowanych komunikatów, dostosowanie tempa, tonu, rozpoznanie typu klienta i motywacji do podjęcia zakupu);
- e. Budowanie relacji pomiędzy konsultantem a rozmówcą (klimat rozmowy);
- f. Postawa marketingowa (pobudzenie potrzeb klienta, budowanie pozytywnego wizerunku reprezentowanej firmy, zarządzanie czasem i przebiegiem rozmowy).

3. PRACA GŁOSEM

Oceniane elementy:

- a. Dynamika wypowiedzi (zaangażowanie, entuzjazm, tempo);
- b. Język wypowiedzi (standardy gramatyczne, porządek logiczny, łatwość w przekazywaniu informacji, zwroty grzecznościowe);
- c. Głos (dykcja, intonacja, modulacja głosu, akcentowanie).

Rozmowy w kategorii „Help desk” będą oceniane wg poniższych kryteriów:

1. ROZMOWA Z KLIENTEM

Oceniane elementy:

- a. Nawiązanie kontaktu (PPW - pierwsze pozytywne wrażenie, autoprezentacja, weryfikacja/identyfikacja rozmówcy, podanie celu kontaktu);
- b. Badanie potrzeb/ kontrola rozmowy (pytania, wyciąganie wniosków, zebranie niezbędnych informacji, zasadność zadawanych pytań, zgodnych z celem rozmowy, aktywne słuchanie);
- c. Przedstawienie rozwiązania (prezentacja rozwiązania adekwatnego do sprawy klienta, mocne pozytywne zwroty, wykorzystanie języka korzyści, zwięzłość i jasność wypowiedzi/poleceń, promowanie samodzielności klienta);
- d. Poszukiwanie płaszczyzny porozumienia (przekonująca argumentacja dostosowana do potrzeb i typu klienta, trafność zastosowanej kontrargumentacji);
- e. Finalizacja rozmowy (zarządzanie czasem rozmowy, zbudowanie pozytywnego wrażenia, podsumowanie rozmowy, zaproszenie do ponownego kontaktu).

2. SKUTECZNOŚĆ PODJĘTYCH DZIAŁAŃ PODCZAS ROZMOWY

Oceniane elementy:

- a. Narzędzia kontroli rozmowy (zastosowanie w rozmowie);
- b. Język korzyści (zastosowanie w rozmowie);
- c. Jakość kontrargumentacji (trafność formułowanych argumentów);
- d. Pomoc klientowi w rozwiązaniu sprawy;
- e. Dostosowanie do rozmówcy (jasność formułowanych komunikatów, dostosowanie tempa, tonu, rozpoznanie typu klienta, empatia);
- f. Budowanie relacji pomiędzy konsultantem a rozmówcą (klimat rozmowy);
- g. Postawa marketingowa (budowanie pozytywnego wizerunku reprezentowanej firmy, budowanie długotrwałych relacji z klientem, zarządzanie czasem i przebiegiem rozmowy).

3. PRACA GŁOSEM

Oceniane elementy:

- a. Dynamika wypowiedzi (zaangażowanie, entuzjazm, tempo);
- b. Język wypowiedzi (standardy gramatyczne, porządek logiczny, łatwość w przekazywaniu informacji, zwroty grzecznościowe, dostosowywanie słownictwa);
- c. Głos (dykcja, intonacja, modulacja głosu, akcentowanie).

Rozmowy w kategorii „Windykacja” będą oceniane wg poniższych kryteriów:

1. ROZMOWA Z KLIENTEM

Oceniane elementy:

- a. Nawiązanie kontaktu (PPW - pierwsze pozytywne wrażenie, autoprezentacja, weryfikacja/identyfikacja rozmówcy, podanie celu kontaktu);
- b. Potwierdzenie/zbieranie informacji o sytuacji klienta (pytania, zebranie niezbędnych informacji);
- c. Przedstawienie rozwiązania (promowanie niezawodnych rozwiązań - np. polecenie zapłaty, wykorzystanie języka korzyści, zwięzłość i jasność wypowiedzi);
- d. Pokonywanie obiekcji (przekonująca argumentacja dostosowana do potrzeb i typu klienta, trafność zastosowanej kontrargumentacji);
- e. Finalizacja akcji windykacyjnej (zarządzanie czasem rozmowy, zamknięcie sprzedaży, zastosowanie metod i technik windykacyjnych, podsumowanie rozmowy).

2. SKUTECZNOŚĆ PODJĘTYCH DZIAŁAŃ PODCZAS ROZMOWY

Oceniane elementy:

- a. Narzędzia kontroli rozmowy (zastosowanie w rozmowie);
- b. Język korzyści (zastosowanie w rozmowie);
- c. Jakość kontrargumentacji (trafność formułowanych argumentów);
- d. Dostosowanie do rozmówcy (jasność formułowanych komunikatów, dostosowanie tempa, tonu, rozpoznanie typu klienta, empatia, asertywność);
- e. Techniki windykacyjne (zastosowanie w rozmowie);
- f. Budowanie relacji pomiędzy konsultantem a rozmówcą (klimat rozmowy);
- g. Postawa marketingowa (pobudzenie potrzeb klienta, budowanie pozytywnego wizerunku reprezentowanej firmy, zarządzanie czasem i przebiegiem rozmowy);
- h. Przedstawienie rozwiązania najlepszego dla obu stron;
- i. Podsumowanie - uzyskanie deklaracji przyjęcia przedstawionego rozwiązania.

3. PRACA GŁOSEM

Oceniane elementy:

- a. Dynamika wypowiedzi (zaangażowanie, tempo);
- b. Język wypowiedzi (standardy gramatyczne, porządek logiczny, łatwość w przekazywaniu informacji, zwroty grzecznościowe, kultura rozmowy);
- c. Głos (dykcja, intonacja, modulacja głosu, akcentowanie).