

COMO OBTER MELHORES RESULTADOS NO FEEDBACK E MONITORAMENTO DOS OPERADORES DE CALL CENTERS



Partindo-se do princípio de que o desempenho reflete-se no sucesso da própria organização, este deve ser um dos fatores a serem mensurados. Sem avaliação não há controle, com ela podemos monitorar a performance dos gestores e estimular a congruência de objetivos.

A Avaliação de Desempenho quando elaborada de forma sistemática e científica ajudará a identificar causas do desempenho deficiente, possibilitando estabelecer uma perspectiva de desenvolvimento com a participação ativa do funcionário e, talvez o mais importante, fornecer indicadores e critérios objetivos para cada colaborador buscar a maximização de seu desempenho profissional.

Mesmo que para alguns o monitoramento não seja necessariamente um processo de avaliação de desempenho, podemos ter a absoluta certeza de que ele contribui muito para uma melhor avaliação da performance do operador, e mais ainda: tem como vantagem a possibilidade de correção dos desvios em menor espaço de tempo e fomenta informações para uma mais completa avaliação do desempenho humano.

Uma das ferramentas utilizadas no monitoramento de operadores de Call Center é a gravação de voz, porém deve-se, deve observar o código de ética da ABT que diz: *A Gravação é autorizada nos casos de treinamento de operadores e para resguardar empresa e cliente de possíveis controvérsias.*

Lembre-se: O foco do monitoramento é a atividade realizada e não a pessoa que a executa. Cada pessoa tem estilos diferentes, portanto, uma padronização exagerada pode tirar o brilho pessoal do atendimento.

Requisitos básicos para o supervisor monitorar:

- Imparcialidade;
- Participar dos treinamentos para operadores;
- Ter facilidade para lidar com pessoas;
- Conhecer bem o produto, empresa e políticas;
- Saber escutar;
- Não adotar e demonstra preferências.

Fatores de sucesso para o monitoramento

- Definição clara dos objetivos do monitoramento;
- Ter como foco resultados;
- Ter o monitoramento como ferramenta para desenvolvimento;
- Feedback individual;
- Premiações psicológicas;
- Definir metas possíveis de alcançar;
- Monitoramento contínuo;
- Reconhecer o sucesso e ajudar nas dificuldades;
- Lidar com fatos.

Feedback

Pode ser traduzida como retroalimentação ou retorno. Tem como objetivo principal a mudança de comportamento e atitude.

O que fazer para dar Feedback após o monitoramento:

- Nunca fazê-lo em público;
- Ter em mãos o histórico dos monitoramentos anteriores;
- De preferência na PA;
- Saber escutar o operador;
- Trabalhar com fatos e situações;
- Ser transparente;
- Ouvir sugestões do operador;
- Olhar nos olhos;
- Ser claro ao falar e checar isso;
- Utilizar fatos positivos (estratégia morcego);
- Negociar com o operador.

Um bom monitoramento acompanhado de um feedback eficaz trás como resultado:

Da maior solidez aos seus posicionamentos, pois argumenta com fatos;

- Melhora a performance da equipe;
- Maior produtividade e diminuição dos erros;
- Ajuda desenvolvimento de treinamentos e motivação

O que Monitorar?

Aspectos técnicos:

1. Personalização do atendimento;
2. Redundância;
3. Técnicas de vendas;
4. Evitar dar ordens;
5. Palavras negativas;
6. Conhecimento do produto e empresa;
7. Qualificação do cliente.

Aspectos comportamentais:

1. Coordenação de idéias;
2. Prolixidade;
3. Concentração e falta de memória;
4. Proatividade;
5. Objetividade;
6. Altura e tom de voz;

Monitoramento quantitativo:

1. Tempo médio das ligações;
2. Número de contatos atendidos e finalizados;
3. Número de ligações realizadas e recebidas;
4. Número de novos clientes;
5. Número de vendas por produto, unidade ou reais;

Monitoramento qualitativo:

1. Contorno às objeções;
2. Fechamento;
3. Promessas;
4. Adaptação da linguagem;
5. Capacidade de ouvir;
6. Permissividade e invasão;
7. Sintonia.

No telemarketing ativo é interessante e fundamental observar o posicionamento do operador: sua identificação e razão da ligação. Assim bem como a forma como ele gera interesse na abertura.

Se utilizarmos de forma correta o monitoramento, seguindo as dicas acima, teremos mais sucesso em nossas ações. Ao entender que o foco do monitoramento é analisar a tarefa e não necessariamente a pessoa iremos fornecer a elas melhor feedback o que contribuirá para mudança de atitude e comportamento, além de fornecer orientações técnicas para melhor operação e satisfação de clientes.

Márcio A. Silva é escritor, consultor de Treinamento & Desenvolvimento e Planejamento Estratégico, palestrante há mais de 8 anos nas áreas de gestão de clientes & atendimento, call center e contact center, gestão de pessoas, vendas, motivação, planejamento estratégico e liderança. Autor do livro "Clientes por Todos os Lados" pela Editora Diário (SP), tendo como principais clientes: Volvo, Unimed, Shopping Center Uberaba, Vila Rica Imóveis, Kia Motors, Band FM, VTV Digital, WDC Network, Centro Auditivo Surtel, CRA-SP, ABT, Diário de Suzano, Amaro Contact Center, Assist-Card do Brasil, CTIS Tecnologia S/A, ABRAPP, entre outros.

Visite nosso site: www.corporativabrasil.com.br