

No post anterior, abordamos alguns riscos nas atividades de televendas com relação a sua operação, abaixo relacionamos os riscos que atrapalham e em alguns casos até inviabilizam a operação;

Não considerar a operação como um canal de vendas (falta de foco), tentando implementá-la como se fosse uma atividade complementar a ser executada nas horas de folga.

Não se preocupar com o perfil das pessoas que vão executar as atividades de vendas, sem considerar as características pessoais necessárias aos vendedores.

Não tratar a remuneração de forma adequada ao pessoal de vendas (remuneração variável e premiações), sem a proposição de desafios financeiros.

Não disponibilizar um ambiente de trabalho de alta produtividade (lista de contatos organizadas e com atualizações automáticas),

Não dispor de informações importantes sobre os clientes no momento da venda, obrigando o vendedor a executar um contato sem planejamento com alto risco de não venda.

Do ponto de vista de gerenciamento das operações de televendas, podemos também elencar alguns riscos comuns, que entre outros, quando não observados, podem também comprometer os resultados das operações.

Risco: Não gerenciamento das pessoas.

Como em toda atividade que envolve pessoas, o “Fator Humano” deve ser sempre considerado, ele pode melhorar os resultados da atividade como também comprometer.

Questões que envolvem as características pessoais (expansividade e capacidade de geração de empatia, capacidade de contornar objeções, restrições tecnológicas, conhecimento dos produtos e serviços, senso de organização, entre outros), são questões que devem ser monitoradas pela gestão, necessitando em alguns casos, uma capacitação complementar para melhorar o desempenho das vendas.

O método de trabalho padronizado, todos vendedores executando as atividades da mesma forma, é outra questão que deve ser gerenciada, isto proporcionará que a empresa não tenha interrupções nas atividades de venda quando da indisponibilidade de algum vendedor.

Outra questão importante é o foco no trabalho, evitando que os vendedores sejam envolvidos em atividades complementares que acabam tomando o seu tempo (montagem de planilhas, busca por informações, atividades de apoio a outros setores, etc).

Risco: Não gerenciamento das campanhas (carteiras de clientes, listas de contato)

O dimensionamento inadequado das carteiras de clientes, é uma questão muito comum nas operações, carteiras com muitos clientes, consomem muito esforço do vendedor ou faz com que este concentre seus contatos com os mesmos clientes, levando a um índice de inatividade alto.

A organização e atualização das carteiras, quando feitas de forma manual, tendem a consumirem muito tempo da gerência, o ideal é dispor de

uma plataforma de vendas em que estas questões sejam parametrizadas no software, eliminando o trabalho manual.

O ajuste do ciclo de contato deve também ser observado para que o vendedor contate o cliente no momento certo, tendo com isto, maior probabilidade de captar pedido.

Risco: Não gerenciamento de indicadores e metas.

A máxima de que o que não é medido não se pode gerenciar continua valendo e com muita propriedade. Toda operação de televendas deve ser orientada por indicadores. As avaliações dos indicadores vão nortear as ações de gerenciamento.

Clientes contatados, pedidos captados, índice de efetivações, índice de inatividade, clientes novos, entre outros, compõem uma lista de indicadores que deve ser ajustado para cada empresa, sendo que estes, devem indicar o desempenho da operação.

VENDEDORES	Maria	João	Paulo	Joana	Sonia
Contatos	845	915	870	1200	895
Pedidos	55	51	77	40	53
Evetivações	6,51%	5,57%	8,85%	3,33%	5,92%

Muitos contatos, efetivações baixa, avaliar

Contatos na média, efetivações acima da média, avaliar

No exemplo acima, a vendedora Joana, fez mais contatos do que a outros vendedores, porém, este volume de contatos não se refletiu em pedidos (baixa efetivação), uma avaliação mais objetiva deve feita para identificar o motivo.

Por outro lado, o vendedor Paulo, obteve um bom desempenho, talvez, tenha ele algumas boas práticas que podem ser compartilhadas com todos os vendedores.

Muitas outras questões devem ser objeto de gerenciamento nas operações de televendas, o importante é que estas estejam alinhadas com objetivos e metas estabelecidas pela empresa.