



Dirk Wolter

Tels.: (11) 4016-3537 e 8179-7443

E-mail: dirk@dirkwolter.com



Como redigir um bom “script” em Telemarketing ©

por Dirk Wolter

(desenvolvido como cortesia para profissionais interessados)

“**Script**” em português significa **roteiro**, que deve servir como **base** para a comunicação com o cliente durante uma ligação de telemarketing, principalmente para ligações ativas [quando o(a) operador(a) liga para o cliente]. O “**script**” é muito útil quando se pretende padronizar uma operação de telemarketing, porém o(a) operador(a) deve cuidar para que a conversa não fique parecendo robotizada e o que era para ser padronizado, bonito e bem organizado acabar se tornando insuportável, porque ele(a) seguiu o roteiro à risca, mecanicamente, sem levar em conta que está falando com um indivíduo, simplesmente lendo o “**script**” em vez de conduzir o contato de forma natural.

Os “**scripts**” podem atrapalhar o atendimento e causar má impressão nos clientes. No entanto, quando criado de forma dinâmica e flexível, pode manter a padronização necessária e ser muito agradável ao cliente.

Existem duas maneiras de redigi-lo:

“**Script**” **aberto** - contém somente alguns passos principais a serem seguidos, deixando a condução da ligação por conta das habilidades do(a) teleoperador(a).

“**Script**” **fechado** - contém todos os passos a serem seguidos durante a ligação; nesse caso, o(a) teleoperador(a) deve segui-lo rigorosamente.

Siga estes 9 passos para elaborar um bom “Script”:

1• Para redigir um roteiro é importante monitorar as ligações realizadas pela sua equipe - Ouça ligações gravadas para entender como cada cliente reage ao uso do “**script**”. Identifique os pontos falhos. Determine as partes que necessitam de aperfeiçoamento na argumentação. Verifique o tempo médio do atendimento que você leva para realizar um contato. Mude o que for necessário.

2• Reúna todo o material de consulta e divida a ligação em etapas - Abordagem, apresentação, mensagem, explanação, argumentação, objeções e finalização são partes diferentes de uma mesma ligação. Um erro em qualquer uma destas etapas compromete todas as demais.

3• Nunca escreva um “script” sozinho - Solicite a contribuição e/ou a opinião de seus superiores e de outros membros da sua equipe, para a padronização da linguagem do “**script**”.

4• Sempre acrescente o nome da pessoa com a qual você está falando - Esta é a melhor forma de personalizar o seu contato e deixá-lo mais agradável aos ouvidos de seu interlocutor.

5• Pesquise novas palavras, frases e outras formas de expressão da linguagem - O(a) teleoperador(a) pode escolher aquela que melhor se adaptar, lembrando de manter a interpretação correta e adequada ao objetivo do contato [ex: “Senhor (nome), farei a localização de seu pedido; “Senhor (nome), rastreadei o seu pedido.”; “Senhor (nome), vou localizar seu pedido”; etc].

6• Faça um treinamento com o “script” - Nunca treine para decorá-lo ou para seguir o “**script**” à risca, e sim para falar com entusiasmo e energia. Por meio da simulação é possível conseguir bons resultados.

7• Autonomia - Crie condições de prestar um atendimento personalizado, sem restrição de tempo. Com mais liberdade, você passará a se relacionar com o cliente e não simplesmente a atendê-lo.

8• Faça testes - Realize uma ligação, corrija o que for necessário e reescreva o roteiro. Essa é a sua chance de aprimorar o atendimento feito no telemarketing.

9• Gerundismo - Ao elaborar o seu “**script**” lembre-se de evitar frases complicadas no gerúndio (ex: vou estar fazendo...). Prefira frases mais objetivas (ex: farei...). O seu cliente vai lhe agradecer, com certeza.

© Dirk Wolter -> Este material pode ser utilizado, arquivado e impresso, desde que mantidas todas as suas características, inclusive o nome e a logomarca de seu autor.

Para ver outros materiais motivacionais ou nas áreas de vendas, telemarketing, atendimento, relacionamento, qualidade de vida, etc, acesse www.dirkwolter.com.