

**Uczestnicy Konkursu „Telemarketer Roku IV edycja 2012” zostaną ocenieni w kategorii wskazanej przez Zgłaszającego na podstawie trzech nadesłanych rozmów.**

**Kategorie rozmów:**

- **Sprzedaż inbound** – rozmowy przychodzące zakończone sprzedażą produktu lub usługi;
- **Sprzedaż outbound** – rozmowy wychodzące zakończone sprzedażą 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.
- **Inne projekty** – rozmowy przychodzące i wychodzące, prowadzone według standardów profesjonalnej obsługi klienta, nie należące do kategorii sprzedaż, help desk, windykacja, obsługa klienta. Do tej kategorii zaliczyć można m.in. rozmowy prowadzone w ramach badania zadowolenia klientów, akcji informacyjnych, umawiania spotkań, wywiadów telefonicznych oraz inne.

**KRYTERIA OCENY ROZMÓW BIORĄCYCH UDZIAŁ W KONKURSIE**

**Rozmowy w kategorii „Sprzedaż inbound” 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**

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**

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 „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 od klienta 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).

**Rozmowy w kategorii „Inne projekty” będą oceniane wg poniższych kryteriów:**

### **1. ROZMOWA Z KLIENTEM**

Oceniane elementy:

- a) Nawiązanie kontaktu (PPW - pierwsze pozytywne wrażenie, autoprezentacja, weryfikacja/identyfikacja rozmówcy);
- b) Zebranie informacji (pytania, wyciąganie wniosków, zasadność zadawanych pytań, zgodnych z celem rozmowy, aktywne słuchanie);
- c) Analiza rozmowy (parafraza, czas reakcji, mocne pozytywne zwroty, jasność wypowiedzi);
- d) Pokonywanie obiekcji, rozwianie wątpliwości, udzielenie informacji (przekonująca i precyzyjna argumentacja dostosowana do typu rozmówcy, trafność zastosowanej kontrargumentacji);
- e) Finalizacja rozmowy (zarządzanie czasem rozmowy, podsumowanie rozmowy, potwierdzenie uzgodnionego z rozmówcą rozwiązania, potwierdzenie warunków i ustaleń, 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 rozmówcy i motywacji do podjęcia rozmowy);

- e) Budowanie relacji pomiędzy konsultantem a rozmówcą (klimat rozmowy);
- f) Postawa marketingowa (pobudzenie chęci klienta do rozmowy, 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).