

Telemarketing

2010 február 22. Flag

Szöveg méret

90
Mentés

- 0

Értékelés kiválasztása Még nincs értékelve

Mérték

Megszaporodtak a telefonos megkeresések, legyen szó nyaralásról, gyapjútakaróról vagy képvisel?-választásról. Mi a telemarketing és miért alkalmazzák egyre többször?

A vezetékes telefonunk is képes kijelezni a hívó fél számát, és amikor azt látom, hogy „Privat number” , csak azért

veszem fel, hogy ne ébressze fel a gyerekeket a csörgés. Ilyenkor ugyanis a legtöbb esetben egy kedves n?i hang köszön bele, elmondja, hogy ? kicsoda és honnan hív, majd közli, hogy kivel szeretne beszélni (mivel a férjem nevén van a telefon, általában vele vagy „kedves nejével"). Eleinte még türelmesen válaszoltam, mivel tudom, hogy a hölgynek ez a munkája, ezzel keresi a kenyérre valót, és ez a munka nem könny?, de az utóbbi id?ben olyan mértékben megszaporodtak az ilyen hívások, hogy nem szívesen válaszolok. Megmondom ?szintén, sokszor tagadom le a kilétemet, és mondom azt, hogy „csak a gyerekekre vigyázok" és nem tudom adni a házigazdát és fogalmam sincs, mikor tudná újra felhívni. Mobiltelefonon történ? hívás esetén ezt nehezebben tudom elkövetni, gyakrabban hallgatom végig, mit szeretne mondani. A végeredmény általában ugyanaz: „köszönöm, nem szeretném".



Miért alakult ki ez a hozzáállás, ami szerintem nagyon sokunkra jellemz?? Ennek magyarázatára nézzük meg, mi is az a telemarketing.
Sz?kebb értelemben telemarketingnek nevezzük a telefonon történ? megkeresést, melynek célja a reklám. Felhívnak és el akarnak adni valamit: nyugdíjbiztosítást, magazin-el?fizetést, üdülési jogot, nyaralást, gyapjútakarót stb. Ezek nagy része olyan dolog, amit szeretünk személyesen „megvenni" és a telefon is egy módja a személyes kapcsolatfelvételnek. Ezzel nincs is gond mindaddig, amíg a hívó fél nem er?szakos. Kezdi azzal, hogy 2 percig mondja a bevezet? mondatot leveg?vétel nélkül. Már alig várjuk, hogy leveg?t vegyen és megszakíthassuk, mert nem szeretjük, ha valaki mindenáron ránk akar er?ltetni valamit, amit egyébként nem szeretnénk. Amennyiben nem vagyunk elég határozottak, tovább próbálkozik. Szüleinkt?l megtanultuk, hogy udvariasan kell viselkedni másokkal, ezért nem csapjuk le a telefont, de morgunk, mert nehéz megszabadulni a kitartó hölgyt?l (vagy úrtól).
Tágabb értelemben a telemarketing telefonon keresztül végzett marketing tevékenység, ami jelenthet közvélemény-kutatást, adatbázis-frissítést, piackutatást. Amikor egy közvélemény-kutató cégt?l hív fel valaki, valószín?leg szívesebben válaszolunk neki, mert tudjuk, nem akar eladni semmit, csak a véleményünkre kíváncsi, lehet szó politikáról, kultúráról vagy akár konkrét termékekr?l is. A telemarketinget alkalmazó cégek valószín?leg észrevették, hogy az ártatlan kérdésekre többen válaszolnak, mint az eladási szándékra, ezért sokszor úgy kezdik a telefonbeszélgetést, hogy „egészségügyi felmérést végzünk" vagy „nyaralási szokásokról végzünk felmérést". Azt is kihasználják, hogy mindenki szeret nyerni, ezért nyereményt ajánlanak fel a válaszolásért cserébe. A nyeremény átadása persze egy termékbemutatón történik, ahol végig kell hallgatnunk másfél-két órán keresztül, hogy igyekeznek meggy?zni, milyen jó az ? termékük. „Köszönöm, nem szeretném a nyereményt."
Ezeken felül ott vannak még az automatizált kampányok, különösen választási id?szakban. Felvesszük a telefont, és „beleszól" Mesterházy Attila, Bokros Lajos vagy Orbán Viktor, hogy elmondja a programját, vagy meghívjon egy

nagygy?lésre, esetleg megkérjen, hogy menjek el szavazni. Néha meghallgatjuk, néha nem. Az automatizált kampányokban a hívott fél szempontjából el?ny az, hogy nem kell beszélgetni senkivel, akkor teszem le a telefont, amikor akarom, és nem érzem magam kényelmetlenül miatta.



Mi az oka annak, hogy a vállalatok még mindig, s?t egyre inkább alkalmazzák a telemarketinget, pedig az emberek nagy részének már elege van bel?le? Nagy **el?nyei** vannak az ilyen tevékenységnek:

1 azonnal mérhet? az eredménye
2 személyes
3 alkalmas arra, hogy a hívott fél igényei szerint alakítsák
4 nagy a hatékonysága, mivel szinte mindenki elérhet? telefonon
5 olcsó

Vannak persze **hátrányai** is:

1 egyre többen alkalmazzák hasonló termékekkel, nagy az átfedés, nehezebb elérni a piacot
2 a telefonos (ügyfélszolgálatos, call-centeres) munka nehézsége miatt nagy a fluktuáció az alkalmazottak körében, nehéz kiépíteni egy stabil csapatot
3 sokan visszautasítják az ilyen jelleg? marketing-tevékenységet, nagy a kampányok eredményességének szórása

A vállalatok összehasonlítják ezeket az el?nyöket és hátrányokat, és ez alapján döntenek, alkalmazzák-e a telemarketinget. A tapasztalatok azt mutatják, az el?nyöket többre értékelik és alkalmazzák. De honnan szerzik meg a telefonszámunkat? Erre a kérdésre nagyon egyszer? a válasz: a telefonkönyvb?l. Amennyiben nem valami speciális dolgot akarnak eladni (pl. gyerekeknek szóló magazint), akkor b?ven elegend? nekik az az információ, amit a telefonkönyvben olvashatnak rólunk, és ha nem tiltottuk le a telefonszámunk használatát ilyen tevékenységre, akkor jogszer?en hívhatnak fel. A letiltást a szolgáltatónál kell kérni, és a következ? évi telefonkönyvben jelzik egy paragrafus jellel (§), hogy nem kérünk az ilyen jelleg? hívásokból. Specifikusabb termékeket áruló vállalkozások általában más módon szerzik meg a telefonszámunkat, pl. internetes vásárlás esetén a regisztrációkor adjuk meg, vagy nyereményjátékokon való részvételkor járulunk hozzá, hogy marketing célra használják. Ezekben az esetekben is letilthatjuk a telefonszámunk használatát, a regisztrációkor kell jeleznünk vagy kés?bb írásban kérnünk, hogy ne hívjanak marketing céllal. A legegyszer?bb persze az, hogy nem regisztrálunk sehol és nem veszünk részt nyereményjátékokon, s?t a telefonszámunkat is titkosítjuk.

N. R. Ágnes
Szerz? a Flag Polgári M?hely tagja
http://kozgazdasz.freeblog.hu



Ajánló