



Telemarketing

2010 február 22. Flag

Szöveg méret

Mentés

-
-
-

- [0](#)

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 női 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 kenyerre valót, és ez a munka nem könnyű, de az utóbbi időben olyan mértékben megszorodtak az ilyen hívások, hogy nem szívesen válaszolok. Megmondom szintén, sokszor tagadom le a kiléteimet, és mondom azt, hogy „csak a gyerekekre vigyázok” és nem tudom adni a házigazdát és fogalmam sincs, mikor tudná újra felhívni. Mobiltelefonon történő 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 jellemző? Ennek magyarázatára nézzük meg, mi is az a telemarketing.

Szűkebb értelemben telemarketingnek nevezzük a telefonon történő megkeresést, melynek célja a reklám. Felhívják és el akarnak adni valamit: nyugdíjbiztosítást, magazin-előfizetést, 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 érőszakos. Kezdi azzal, hogy 2 percig mondja a bevezető mondatot levegővétel nélkül. Már alig várjuk, hogy levegőt vegyen és megszakíthassuk, mert nem szeretjük, ha valaki mindenáron ránk akar erőltetni valamit, amit egyébként nem szeretnénk. Amennyiben nem vagyunk elég határozottak, tovább próbálkozik. Szüleinket megtanultuk, hogy udvariasan kell viselkedni másokkal, ezért nem csapjuk le a telefont, de morgunk, mert nehéz megszabadulni a kitartó hölgytől (vagy úrtól).

Tágabb értelemben a telemarketing telefonon keresztül végzett marketing tevékenység, ami jelenthet közvélemény-kutatást, adatbázis-frissítést, piackutatást. Amikor egy közvélemény-kutató cégtől hív fel valaki, valószínűleg szívesebben válaszolunk neki, mert tudjuk, nem akar eladni semmit, csak a véleményünkre kíváncsi, lehet szó politikáról, kultúráról vagy akár konkrét termékekről is. A telemarketinget alkalmazó cégek valószínűleg 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 válaszáért cserébe. A nyeremény átadása persze egy termékbemutatóon történik, ahol végig kell hallgatnunk másfél-két órán keresztül, hogy igyekeznek meggyőzni, milyen jó az adott termékük. „Köszönöm, nem szeretném a nyereményt.” Ezekon felül ott vannak még az automatizált kampányok, különösen választási időszakban. Felvesszük a telefont, és „beszól” Mesterházy Attila, Bokros Lajos vagy Orbán Viktor, hogy elmondja a programját, vagy meghívjon egy

nagygyűlésre, 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 értékeli 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

Szerző a Flag Polgári Műhely tagja

<http://kozgazdasz.freeblog.hu>



Ajánló
