

Załącznik 1

do Regulaminu konkursu Telemarketer Roku 2021

Kryteria Oceny Zgłoszeń w Konkursie Telemarketer Roku 2021

Uczestnicy Konkursu Telemarketer Roku 2021 zostaną ocenieni w kategorii wskazanej przez osobę reprezentującą Zgłaszającego na podstawie przekazanych w zgłoszeniu zestawów nagrań, nagrań, nagrań wideo, lub zapisów konwersacji.

KATEGORIE ROZMÓW

- Sprzedaż telefoniczna – rozmowy (przychodzące lub wychodzące), które zakończyły się zakupem produktu/usługi lub jednoznaczną deklaracją zakupu przez klienta podczas tej rozmowy; sprzedaż telefoniczna może składać się z jednej rozmowy lub „procesu”, który obejmuje maksymalnie trzy rozmowy; proces to zestaw rozmów jednego konsultanta z jednym klientem, w trakcie których finalnie klient zdecydował się kupić produkt / usługę.
- Obsługa klienta – rozmowy wychodzące lub przychodzące polegające na udzieleniu klientowi informacji o produkcie lub usłudze przy zachowaniu zasad profesjonalnej obsługi.
- Customer service in english – rozmowy wychodzące lub przychodzące prowadzone w języku angielskim, polegające na udzieleniu klientowi informacji o produkcie lub usłudze przy zachowaniu zasad profesjonalnej obsługi.
- Helpdesk – rozmowy przychodzące lub wychodzące zakończone rozwiązaniem problemu technicznego zgłoszonego przez klienta (zewnętrznego lub wewnętrznego).
- Windykacja – rozmowy wychodzące lub przychodzące zakończone uzyskaniem deklaracji klienta o spłacie należności.
- Wideorozmowa – rozmowy przychodzące zakończone rozwiązaniem sprawy klienta, w których widoczny jest obraz wideo konsultanta.
- Czat sprzedażowy – rozmowa prowadzona za pośrednictwem czatu internetowego zakończona sprzedażą produktu lub usługi lub jednoznaczną deklaracją zakupową.
- Czat obsługowy – rozmowa prowadzona za pośrednictwem czatu internetowego, polegająca na udzieleniu klientowi informacji o produkcie lub usłudze bądź pomocy technicznej przy zachowaniu najwyższych standardów obsługi.
- Obsługa klienta w mediach społecznościowych - rozmowa prowadzona za pośrednictwem komunikatorów społecznościowych (np. Messenger, Skype, WhatsApp) o dowolnej tematyce, pokazująca specyfikę komunikacji w mediach społecznościowych.
- Obsługa klienta w kanale e-mail – rozmowa prowadzona za pośrednictwem kanału e-mail; rozmowa prowadzona z ogólnego adresu do kontaktu lub z imiennych adresów służbowych zakończona rozwiązaniem sprawy klienta.

Zgodność postępowania uczestnika z zasadami etyki, w tym etyki zawodowej jest nadrzędną wartością, która będzie stanowiła kryterium oceny Uczestników w Konkursie.

KRYTERIA OCENY ROZMÓW W KATEGORII: SPRZEDAŻ TELEFONICZNA

1. NAWIĄZANIE KONTAKTU
 - a. Pierwsze wrażenie i autoprezentacja
 - b. Rozpoznanie / przedstawienie celu kontaktu
 - c. Uzgodnienie i dotrzymanie przebiegu rozmowy
2. INTERAKCJA Z KLIENTEM
 - a. Zbieranie informacji
 - b. Aktywne słuchanie
 - c. Jasność i zwięzłość udzielanych informacji
 - d. Kreowanie potrzeb
 - e. Trafność argumentacji
 - f. Radzenie sobie z obiekcjami
 - g. Dostosowanie rozwiązania do sytuacji klienta
 - h. Przedstawienie alternatywnego rozwiązania
3. BUDOWANIE RELACJI
 - a. Zaangażowanie i zaopiekowanie się klientem
 - b. Atmosfera rozmowy
 - c. Budowanie pozytywnego wizerunku firmy
 - d. Empatia
4. FINALIZACJA ROZMOWY
 - a. Kontrolowanie przebiegu rozmowy
 - b. Podsumowanie ustaleń
5. KOMUNIKACJA
 - a. Język wypowiedzi (poprawność językowa)
 - b. Dynamika wypowiedzi
 - c. Praca głosem

KRYTERIA OCENY ROZMÓW W KATEGORII: OBSŁUGA KLIENTA

1. NAWIĄZANIE KONTAKTU
 - a. Pierwsze wrażenie i autoprezentacja
 - b. Rozpoznanie / przedstawienie celu kontaktu
2. INTERAKCJA Z KLIENTEM
 - a. Zbieranie informacji
 - b. Aktywne słuchanie
 - c. Jasność i zwięzłość udzielanych informacji
 - d. Dostosowanie rozwiązania do sytuacji klienta
 - e. Trafność argumentacji
 - f. Edukacja klienta
3. BUDOWANIE RELACJI
 - a. Zaangażowanie i zaopiekowanie się klientem
 - b. Atmosfera rozmowy
 - c. Budowanie pozytywnego wizerunku firmy
 - d. Empatia
4. FINALIZACJA ROZMOWY
 - a. Kontrolowanie przebiegu rozmowy
 - b. Podsumowanie ustaleń
5. KOMUNIKACJA
 - a. Język wypowiedzi (poprawność językowa)
 - b. Dynamika wypowiedzi
 - c. Praca głosem

KRYTERIA OCENY ROZMÓW W KATEGORII: CUSTOMER SERVICE IN ENGLISH

1. NAWIĄZANIE KONTAKTU
 - a. Pierwsze wrażenie i autoprezentacja
 - b. Rozpoznanie / przedstawienie celu kontaktu
2. INTERAKCJA Z KLIENTEM
 - a. Zbieranie informacji
 - b. Aktywne słuchanie
 - c. Jasność i zwięzłość udzielanych informacji
 - d. Dostosowanie rozwiązania do sytuacji klienta
 - e. Trafność argumentacji
 - f. Edukacja klienta
3. BUDOWANIE RELACJI
 - a. Zaangażowanie i zaopiekowanie się klientem
 - b. Atmosfera rozmowy
 - c. Budowanie pozytywnego wizerunku firmy
 - d. Empatia
4. FINALIZACJA ROZMOWY
 - a. Kontrolowanie przebiegu rozmowy
 - b. Podsumowanie ustaleń
5. KOMUNIKACJA
 - a. Język wypowiedzi (poprawność językowa)
 - b. Dynamika wypowiedzi
 - c. Praca głosem

KRYTERIA OCENY ROZMÓW W KATEGORII: HELPDESK

1. NAWIĄZANIE KONTAKTU
 - a. Pierwsze wrażenie i autoprezentacja
 - b. Rozpoznanie / przedstawienie celu kontaktu
2. INTERAKCJA Z KLIENTEM
 - a. Zbieranie informacji
 - b. Aktywne słuchanie
 - c. Jasność i zwięzłość udzielanych informacji
 - d. Dostosowanie rozwiązania do sytuacji klienta
 - e. Trafność argumentacji
3. BUDOWANIE RELACJI
 - a. Zaangażowanie i zaopiekowanie się klientem
 - b. Atmosfera rozmowy
 - c. Budowanie pozytywnego wizerunku firmy
 - d. Empatia
 - e. Edukacja
4. FINALIZACJA ROZMOWY
 - a. Kontrolowanie przebiegu rozmowy
 - b. Podsumowanie ustaleń
5. KOMUNIKACJA
 - a. Język wypowiedzi (poprawność językowa)
 - b. Dynamika wypowiedzi
 - c. Praca głosem

KRYTERIA OCENY ROZMÓW W KATEGORII: WINDYKACJA

1. NAWIĄZANIE KONTAKTU
 - a. Pierwsze wrażenie i autoprezentacja
 - b. Rozpoznanie / przedstawienie celu kontaktu
2. Argumentacja windykacyjna
 - a. Negocjacje
 - b. Sankcje/język korzyści
 - c. Praca z historią sprawy
 - d. Trzymanie się tematu rozmowy
 - e. Kontrola emocji
3. INTERAKCJA Z KLIENTEM
 - a. Zbieranie informacji
 - b. Aktywne słuchanie
 - c. Jasność i zwięzłość udzielanych informacji
 - d. Dostosowanie rozwiązania do sytuacji klienta
 - e. Trafność argumentacji
4. BUDOWANIE RELACJI
 - a. Zaangażowanie i zaopiekowanie się klientem
 - b. Atmosfera rozmowy
 - c. Budowanie pozytywnego wizerunku firmy
5. FINALIZACJA ROZMOWY
 - a. Kontrolowanie przebiegu rozmowy
 - b. Podsumowanie ustaleń
 - c. Windykacyjna kłamra rozmowy
6. KOMUNIKACJA
 - a. Język wypowiedzi (poprawność językowa)
 - b. Dynamika wypowiedzi
 - c. Praca głosem

KRYTERIA OCENY ROZMÓW W KATEGORII: WIDEOROZMOWA

1. NAWIĄZANIE KONTAKTU
 - a. Pierwsze wrażenie i autoprezentacja
 - b. Rozpoznanie / przedstawienie celu kontaktu
2. INTERAKCJA Z KLIENTEM
 - a. Zbieranie informacji
 - b. Aktywne słuchanie
 - c. Jasność i zwięzłość udzielanych informacji
 - d. Dostosowanie rozwiązania do sytuacji klienta
 - e. Trafność argumentacji
 - f. Edukacja klienta
3. BUDOWANIE RELACJI
 - a. Zaangażowanie i zaopiekowanie się klientem
 - b. Atmosfera rozmowy
 - c. Budowanie pozytywnego wizerunku firmy
 - d. Empatia
4. FINALIZACJA ROZMOWY
 - a. Kontrolowanie przebiegu rozmowy
 - b. Podsumowanie ustaleń
5. KOMUNIKACJA
 - a. Język wypowiedzi (poprawność językowa)
 - b. Dynamika wypowiedzi
 - c. Praca głosem
 - d. Mowa ciała
6. Praca obrazem
 - a. Wykorzystywanie dodatkowych narzędzi wideo
 - b. Reakcja na zachowanie klienta lub na jego otoczenie
 - c. Przyjazny wizerunek (strój, makijaż, biżuteria)

KRYTERIA OCENY ROZMÓW W KATEGORII: CHAT SPRZEDAŻOWY

1. NAWIĄZANIE KONTAKTU
 - a. Pierwsze wrażenie
 - b. Rozpoznanie / przedstawienie celu kontaktu
2. INTERAKCJA Z KLIENTEM
 - a. Zbieranie informacji
 - b. Dostosowanie rozwiązania do sytuacji klienta
 - c. Trafność argumentacji
 - d. Edukacja klienta
3. BUDOWANIE RELACJI
 - a. Zaangażowanie i zaopiekowanie się klientem
 - b. Atmosfera rozmowy
 - c. Budowanie pozytywnego wizerunku firmy
4. FINALIZACJA ROZMOWY
 - a. Podsumowanie ustaleń
5. KOMUNIKACJA
 - a. Język wypowiedzi (poprawność językowa)
 - b. Prosty język
 - c. Sprawność obsługi
6. Wykorzystanie narzędzi
 - a. Personalizacja komunikatów (np. emotikony)
 - b. Wykorzystanie dodatkowych narzędzi: linki, obrazy, dodatkowe materiały

KRYTERIA OCENY ROZMÓW W KATEGORII: CHAT OBSŁUGOWY

1. NAWIĄZANIE KONTAKTU
 - a. Pierwsze wrażenie
 - b. Rozpoznanie celu kontaktu
2. INTERAKCJA Z KLIENTEM
 - a. Zbieranie informacji
 - b. Dostosowanie rozwiązania do sytuacji klienta
 - c. Trafność argumentacji
 - d. Edukacja klienta
3. BUDOWANIE RELACJI
 - a. Zaangażowanie i zaopiekowanie się klientem
 - b. Atmosfera rozmowy
 - c. Budowanie pozytywnego wizerunku firmy
4. FINALIZACJA ROZMOWY
 - a. Podsumowanie ustaleń
5. KOMUNIKACJA
 - a. Język wypowiedzi (poprawność językowa)
 - b. Prosty język
 - c. Sprawność obsługi
6. Wykorzystanie narzędzi
 - a. Personalizacja komunikatów (np. emotikony)
 - b. Wykorzystanie dodatkowych narzędzi: linki, obrazy, dodatkowe materiały

KRYTERIA OCENY ROZMÓW W KATEGORII: OBSŁUGA KLIENTA W SOCIAL MEDIA

1. NAWIĄZANIE KONTAKTU
 - a. Pierwsze wrażenie
 - b. Rozpoznanie celu kontaktu
2. INTERAKCJA Z KLIENTEM
 - a. Zbieranie informacji
 - b. Dostosowanie rozwiązania do sytuacji klienta
 - c. Trafność argumentacji
 - d. Edukacja klienta
3. BUDOWANIE RELACJI
 - a. Zaangażowanie i zaopiekowanie się klientem
 - b. Atmosfera rozmowy w obsłudze social media
 - c. Budowanie pozytywnego wizerunku firmy
4. FINALIZACJA ROZMOWY
 - a. Podsumowanie ustaleń
5. KOMUNIKACJA
 - a. Język wypowiedzi (poprawność językowa)
 - b. Prosty język
 - c. Sprawność obsługi
6. Wykorzystanie narzędzi
 - a. Personalizacja komunikatów (np. emotikony)
 - b. Wykorzystanie dodatkowych narzędzi: linki, obrazy, dodatkowe materiały

KRYTERIA OCENY ROZMÓW W KATEGORII: OBSŁUGA KLIENTA W KANAŁE E-MAIL

1. NAWIĄZANIE KONTAKTU
 - a. Pierwsze wrażenie
2. INTERAKCJA Z KLIENTEM
 - a. Dostosowanie rozwiązania do sytuacji klienta
 - b. Trafność argumentacji
 - c. Mailowa edukacja klienta
 - d. Udzielenie odpowiedzi na wszystkie zadane pytania
3. BUDOWANIE RELACJI
 - a. Zaangażowanie i zaopiekowanie się klientem
 - b. Atmosfera rozmowy
 - c. Budowanie pozytywnego wizerunku firmy
4. FINALIZACJA ROZMOWY
 - a. Podsumowanie ustaleń
5. KOMUNIKACJA
 - a. Język wypowiedzi (poprawność językowa)
 - b. Prosty język
 - c. Estetyka i czytelność
6. Wykorzystanie narzędzi
 - a. Personalizacja komunikatów (np. emotikony)
 - b. Wykorzystanie dodatkowych narzędzi: linki, obrazy, dodatkowe materiały