

13 Ottobre 2021

Notizie dal Web n. 220



Come acquisire nuovi clienti: il Telemarketing



Acquisire clienti al giorno d'oggi è diventato sempre più difficile a causa dell'ampia offerta presente sul mercato che si ha a disposizione per soddisfare i propri bisogni. Nel mercato **B2B** attrarre potenziali clienti è ancora più difficile perché i decisori sono molteplici e la scelta comporta un maggior impegno di risorse. In questo scenario, le aziende hanno a disposizione un vecchio strumento, spesso abusato, che utilizzato correttamente dà risultati efficaci per generare nuovi clienti, ovvero il **Telemarketing**.

Il Telemarketing, in particolare nel B2B, consiste nell'entrare in contatto con potenziali clienti attraverso contatti telefonici con l'obiettivo di generare nuovi lead, ovvero appuntamenti commerciali. Attraverso questo strumento, l'azienda può interagire direttamente con i potenziali clienti e raccogliere immediatamente i relativi feedback. Per essere efficace, però, il Telemarketing richiede un'attenta pianificazione strategica ed un modus

operandi ben definito in relazione al mercato e alla tipologia di potenziali clienti.

Come si fa ad implementare efficaci campagne di Telemarketing?

È indispensabile, innanzitutto, selezionare attentamente i **Clienti Target** ai quali indirizzare la campagna di Telemarketing, in modo che essa possa risultare il più efficace possibile oltre a definire bene il processo da implementare. Il processo per acquisire un nuovo cliente è complesso e va dalla fase di primo contatto fino alla fase di gestione della relazione.

È quindi importante definirlo con accuratezza e selezionare in modo accurato i Clienti Target in modo da avere un notevole innalzamento delle redemption. Per gestire nel modo migliore le campagne di Telemarketing è inoltre indispensabile che l'azienda si doti di un adeguato sistema di **CRM** (Customer Relationship Management). Il CRM, oltre a facilitare la gestione del processo, permette anche di profilare al meglio i Clienti Target, aiutando a gestire le relazioni che si instaurano con essi.

Una volta delineati i Clienti Target, bisogna elaborare uno **script della telefonata** che sia il più completo possibile, in modo da fornire all'operatore tutte le linee guida da seguire durante le telefonate.

È importante però che l'addetto al Telemarketing abbia la skill adeguata ad interloquire con quella tipologia di clienti e pertanto abbia la capacità di capire quando e quanto sia necessario scostarsi dallo script, in modo da personalizzare le chiamate e adeguarsi alle esigenze del potenziale cliente. Per far questo, oltre ad avere un livello culturale e professionale l'operatore adeguato, deve avere una conoscenza approfondita dell'azienda e dei prodotti e servizio offerti.

È quindi preferibile che l'azienda sviluppi internamente una propria struttura di Telemarketing per caratterizzare bene il proprio messaggio e non si affidi a società esterne.

Perché è utile utilizzare il Telemarketing nel B2B?

Il percorso d'acquisto nel B2B è caratterizzato da valutazioni attente e ponderate. I decision-maker B2B sono molteplici e hanno una profonda conoscenza del mercato, dei prodotti, dei servizi e dei competitor. Il Telemarketing, pertanto, può diventare uno strumento strategico in quanto permette di entrare in **contatto direttamente** con i vari interlocutori, in modo da fornire una descrizione più dettagliata dell'azienda già dal primo contatto, con la possibilità di intercettare immediatamente le necessità del potenziale cliente. Ovviamente, la strada per acquisire un appuntamento con un nuovo cliente è spesso lunga, infatti l'operatore deve essere in grado di superare i filtri e raggiungere la figura aziendale corretta, farsi ascoltare e generare interesse in ciò che si offre e infine concordare un secondo contatto e/o un incontro.

Quali sono i vantaggi del Telemarketing?

Il Telemarketing, anche nel B2B, può essere uno strumento fondamentale per far conoscere l'azienda ai potenziali clienti, instaurare relazioni con essi e aumentare il numero delle azioni commerciali in essere. Il principale vantaggio è il **costo ridotto** e **una comunicazione diretta** con i clienti. Un'implementazione efficace di un sistema di Telemarketing può diventare quindi un vantaggio competitivo per l'impresa, offrendo la possibilità di ampliare il numero di azioni commerciali in essere e pertanto il numero di clienti dell'azienda.

Benedetti&Co ha una pluriennale esperienza nel marketing strategico e operativo e supporta le aziende nella pianificazione e nell'implementazione di organizzazioni commerciali, progettando, implementando e monitorando tutte le attività, cercando di trasferire all'interno dell'azienda know-how e metodologia.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Milano

Via S. Michele del Carso 22
20144 Milano
tel. +39 02 805 057 74
info@benedetti-co.it

Brescia

Via Oberdan 5/7
251 28 Brescia
tel. +39 030 205 48 03
info@benedetti-co.it

Mumbai

INDIA – 400006 Mumbai,
Ajanta Building Flat 1.
LD Ruparel –
Marg. Malabar Hill
tel. +91 – 9820088817