

تلرینگ ، نقطه فرصت بانکها

نوشته : انسبه پولادزاده-مدیریت شعب شمال غرب

شما یک تحویلدار هستید و از صبح با شروع کار بانک بدون توقف کار می کنید. گاه به اندازه نوشیدن یک فنجان چای یا خوردن ناهارتان فرصت ندارید. مشتریان با سندهای بدهکار و بستانکار هر روز به سراغ شما می آیند و می خواهند در اسرع وقت اسنادشان ثبت شده ، وجه نقد بگیرند یا چک بانکی و دهها کار دیگرشان انجام شود. اگر اشتباه کنید ، نوبت را رعایت نکنید و یا لحظه ای آنها را معطل کنید، بی تاب می شوند و شما باید این موضوع را مدیریت کنید. اما همه ماجرا این نیست. مدتهاست به مدد تغییرات در سیستم بانکی، وظایف دیگری را نیز عهده دار شده اید؛ باید خدمات بانکی را معرفی کنید ، محصولات جدید را در حوزه الکترونیک یا تسهیلات بانکی بفروشید ، گاهی حتی باید یک قدم به جلو بروید ، مشتری سپرده گذار را پیدا و معرفی کنید و حداکثر توانتان را برای جذب منابع بگذارید. حالا دیگر فقط یک تحویلدار نیستید. شما متصدی تعامل با مشتری هستید؛ از تعامل برای تراکنش های ساده گرفته تا فروش یک محصول پر هزینه برای بانک.

می توان پذیرفت که این شغل خیلی وقت ها بسیار طاقت فرساست. این نکته را تقریباً در همه دنیا پذیرفته اند که تحویلداری وقتی با فروشندگی خدمات و پشتیبانی فروش ترکیب می شود ، یک شغل بسیار سخت خلق می کند. دارندگان این شغل باید افرادی حرفه ای با اعتماد به نفس بالا و البته دانش کافی، هم در حوزه بانکی و هم در حوزه روابط اجتماعی باشند. اما چاره چیست ؟

مشاغل دیگری هم در دنیا وجود دارند که بسیار دشوارتر از شغل شماست. صاحبان این مشاغل گاه حتی مجبورند روی زندگی شان ریسک کنند یا از سلامتی شان به طور جدی صرف نظر کنند . بنابراین وقتی این شغل را انتخاب کرده اید باید به موفقیت در کارتان فکر کنید و از درون آن را بپذیرید چون شغلان را دوست دارید، انتخاب شماست و می خواهید آن را ادامه دهید؛ که اگر اینطور نباشد ناچارید جداً به فکر تغییر شغل باشید .

گفته می شود متصدی تلرینگ روی خط فرصت های تازه بانک ایستاده است ، نقطه تلاقی محصولات ، خدمات بانکی و نگاه مشتریان؛ درست جایی که مشتری متقاعد می شود خدمتی را از ما قبول کند و یا برای همیشه بانک ما را فراموش کند . اما این خط در کنسری از ثانیه کم رنگ می شود، یعنی فقط چند ثانیه فرصت دارید تا سرآمدن صبر مشتری به وظایف شغلی تان عمل کنید.

چندان تعجب ندارد اگر بشنویم فروش محصولات و خدمات بانکی هم یکی از سخت ترین انواع فروشندگی هاست چون قرار است در خصوص یک محتوا با منافع مالی با مشتری حرف بزنید و بسیاری از مشتریان حتی طاقت چند ثانیه بیشتر ماندن در شعبه را ندارند.

اولین مسئله استراتژی فروش است، اما بهترین استراتژی را شاید بتوان تاثیر نخستین برخورد دانست. به هیچ وجه نباید تاثیر نخستین برخورد را بر مشتری دست کم بگیرید و این تاثیر باید توأم با حس دوست داشتن و اعتماد باشد .مردم از کسی که دوستش دارند و البته او را باور دارند ، خرید می کنند. تاثیر نخستین برخورد به طور قطع خیلی سریع اتفاق می افتد و اگر بد شروع شود، زمان زیادی برای تجدید قوا و بازسازی رابطه تان با مشتری نخواهید داشت. خوشامدگویی اولین گام در نخستین برخورد است. در واقع وقتی به مشتری خوشامد می گوید شانس تان را برای فروش افزایش می دهد. پس به موقع خوشامدگویی کنید. ایجاد و حفظ تماس چشمی، گام دوم برای تاثیر نخستین برخورد است و اینکه در ادامه این روند صادقانه لبخند بزنید، آنچنان که مشتری درخشش لبخند شما را احساس کند. طوری لبخند زنید که احساس کند از سر اجبار او را پذیرفته اید .لحن صدای شما باید شاد و خوش نوا باشد. یکی دیگر از راههایی که به مشتری حس احترام القا می کند،تمام قد ایستادن است. نصفه و نیمه خم شدن یا خیز برداشتن ، حاکی از اعتماد به نفس اندک و حرفه ای نبودن شماست (اینجا حرفه ای بودن در شغل متصدی امور تلرینگ منظور است). در آخر لباس پوشیدن شما نیز باید نشان دهد که در بخش خدمات مالی ، مشغول به کار هستید .

در گام بعدی باید این را درک کنید که مردم محصولات را نمی خرند، راه حل مشکلاتشان را می خرند. مثلاً آنها نمی توانند مرتب به شعبه مراجعه کنند. بنابراین از برنامه کاربردی موبایل برای جابجایی حسابهایشان استفاده می کنند. یا مثلاً نقدینگی ندارند و ضرورت دارد کالایی را بخرند که سراغ خدمات خرید اعتباری و اقساطی می آیند تا مشکل را حل کنند. بنابراین اگر مردم مشکلاتشان را در حوزه مالی مطرح نمی کنند به این معنی نیست که مشکلی وجود ندارد یا نمی توانید به این مشتری خاص چیزی بفروشید. این گروه از مشتریان فقط وقتی خودشان را نشان می دهند که سراغی از آنها گرفته شود. به همین دلیل باید دنبال مشکلات آنها بروید، ساکت نباشید و در مورد مسائل مالی و اقتصادی مراجعه کنندگان از آنها سوال کنید. لازم نیست پرسش شما مستقیم باشد. گاه پرسیدن برنامه آخر هفته یا تعطیلات تابستانی بسیار راهگشاست. یا اینکه چه چیزهای جدیدی در زندگی و در کسب و کارشان وجود دارد، در مورد خانواده هایشان بپرسید. محصولات شما قطعاً بخشی از مشکلات اقتصادی مردم را حل خواهد کرد حتی اگر کوچک به نظر برسد. تمام اتفاقات اصلی زندگی مردم ، سوژه ای برای حرف زدن با آنهاست ، ازدواج ، بچه هایشان ، بازنشستگی و برنامه ریزی برای آینده .بگذارید با شما صحبت کنند و با آدرس هایی که می دهند تمرکزتان را روی ارتباط بین محصولات و مشکلات آنها بگذارید و پتانسیل موجود در خدمتان را پر رنگ کنید . برای یک متصدی تلرینگ باید مهم باشد که مردم چه احساسی نسبت به خدمات بانک آنها دارند ؟ آیا امور بانکی برای آنها دردسرساز است ؟ وقتی پول لازم دارند، هر جا که باشند به آن دسترسی دارند ؟ آیا

درآمدشان کافی است و در صورت داشتن نقدینگی می‌دانند چگونه و کجا سرمایه‌گذاری کنند؟ آیا از پولهایی که در حسابهایشان نزد شما دارند، می‌توانند پول بیشتری در آورند؟

در گام بعدی باید کمکشان کنید تا موضوع را درک کنند. مثلاً کمک کنید درک کنند که یک وام ساده می‌تواند به رفع نیازهای فوری‌شان کمک کند و اینکه با سرمایه‌گذاری‌های نه‌چندان بزرگ می‌توانند هرکاری را در زندگی عمومی‌شان پیش ببرند. کمکشان کنید احساس کنند مشاور آنها در کاهش هزینه‌ها و اتلاف وقت و انرژی‌شان هستید. به همه راههایی که ممکن است به مشتری کمک کند فکر کنید، چون تا فکر نکنید، راه حلی پیدا نمی‌کنید و همانطور که گفتیم پیدانشدن راه حل مساوی است با عدم موفقیت در فروش. چنانچه به مشتری اعتماد به نفس بدهید، او با همین حس به شما اعتماد خواهد کرد.

گام بعدی این است که تصدیق مشتری را برای شروع کار بگیرید چون اگر بی‌اجازه سعی کنید راه حل بدهید، کارآیی نخواهد داشت؛ درست مثل بیماری که به درمان اعتقادی ندارد و نسخه پزشک بر او موثر واقع نمی‌شود. مشتری تا می‌تواند مقاومت می‌کند. بالارفتن مقاومت در برابر فروش حتی شانس‌های بعدی با آن مشتری را از بین می‌برد و گاهی از آن بدتر اعتبار شما خدشه دار می‌شود. اما به محض تصدیق مشتری، یعنی او آمده است با شما معامله کند. اما هرچیزی می‌تواند او را منصرف کرده و از راهی که آمده، بازگرداند. پس برای این قسمت از ماجرای فروش باید طرح داشته باشید. یعنی چه؟ یعنی خودتان گزینه‌ها را به خوبی بشناسید، گزینه‌ها شامل محصول، نحوه ارائه آن و خدمات پس از ارائه است. مهمترین گزینه زمان است، اینکه در طول چه مدت طرح‌تان را ارائه دهید و البته یک گزینه جانبی نیز وجود دارد آن هم مکان ادامه گفت و گو و مشارکت دیگران در آن است. اگر لازم است مشتری را به قسمت وی آی پی شعبه دعوت کنید و گفت و گو را ادامه دهید.

همه این‌ها ملاحظاتاتی هستند که در تصمیم‌گیری مشتری موثر است و به عنوان یک متصدی امور تلرینگ باید به آنها با جدیت نگاه کنید. مشتری که حاضر به معامله می‌شود از این به بعد عضوی از خانواده کاری شماست. برخوردهای بعدی، پیگیری رضایت یا عدم رضایت، پشتیبانی از خدمات ارائه شده همه و همه به عهده شماست، به یاد داشته باشید اگر پس از خرید خدمت رهایش کنید انگار که هیچ کاری نکرده اید.

باور کنید، این شغل با همه سختی‌هایش دوست داشتنی است؛ ارتباط با مردم، لذت درک آنها و حل مشکلاتشان و نیز شرکت در یک حرکت سازمانی که می‌تواند سرانجام موفقیت آمیزی در پی داشته باشد. اینها دلایل خوبی است برای اینکه باور کنید به عنوان یک متصدی تلرینگ در سازمانتان بسیار موثرید و از این تاثیر خوب هرگز پشیمان نخواهید شد.