

Scavare nei feeling per i giovani che lavorano nei call center

di Aldo Reggiani



Aldo Reggiani

Presidente di *Spettacoli di Matematica*

Raddoppiare le vendite a parità di numero di contatti, e, contemporaneamente, aumentare la soddisfazione dei clienti e degli addetti alla vendita, sembrano essere obiettivi non solo ambiziosi, ma, a volte, addirittura inconciliabili.

Realizzare poi tutto ciò nei call center, settore lavorativo considerato da molti l'ultima spiaggia ed un lavoro di serie B, non è facile, ma è stato possibile farlo con il teatro di impresa e la matematica.

Spettacoli di Matematica APS (info@spettacolidimatematica.it), una associazione formata da ingegneri ed attori, realizza lezioni-spettacolo in campo di **problem solving**, **vendita** ed **innovazione**, per generare valore per le aziende e opportunità di lavoro per i giovani.

Nel 2013 Spettacoli di Matematica ha realizzato un grande progetto di formazione teatrale per i call center con una metodologia basata sulla scoperta e la valorizzazione dei **feeling** dei clienti, cioè degli stati d'animo, delle emozioni, dei bisogni, destinata a trasformare un **call center** in un **feel center**.

Il progetto ha dimostrato che in breve tempo non solo è possibile raddoppiare le vendite, a parità di numero di contatti, ma anche ridurre della metà della metà i rifiuti iniziali ad essere contattati da parte dei clienti: il metodo FEEL è stato fino ad oggi adottato da 19 call center, con migliaia di addetti.

La necessità del cambiamento

Spesso si pensa che il lavoro nei call center non necessiti di particolare competenze, ma solo di parlantina per “martellare” i clienti. I quali rispondono con diffidenza, fastidio e, a volte, interruzione brusca della comunicazione. Ne nasce quindi un circuito

negativo in cui operatori telefonici lavorano, non sempre con soddisfazione, nella speranza di trovare una collocazione migliore.

Di qui la necessità di studiare nuovi modelli e di ascoltare il feeling delle famiglie, per indirizzare l'offerta verso ciò che è più adatto ad esse, elevando la dignità professionale di chi lavora nei call center, inbound e outbound, e di coloro che si occupano di vendita in generale (agenti).

Il feeling sono connessi ai sogni, ai bisogni, agli obiettivi delle persone, che *Spettacoli di Matematica* riassume con un termine telefonico: il PUK, il codice che sblocca, che è anche il titolo di uno spettacolo, messo in scena in vari teatri tra i quali il Teatro Eliseo di Roma. Come i telefonini anche le persone hanno un P.I.N. (Personal Identification Number), cioè un ruolo ed un livello culturale, economico, e sociale, ed un P.U.K. (Personal Un-blocking Key), cioè un sogno, un bisogno, una aspirazione, che li motiva.

Chi vende deve possedere una “pala” per scavare e scoprire il PUK dei clienti, per offrire soluzioni, prodotti e servizi utili e mirati: un lavoro di alta professionalità

Ma ogni passo di tale cambiamento deve essere sempre messo in relazione con i risultati che si vogliono raggiungere: misurare tutto, verificare tutto con i numeri: feeling e matematica. Un approccio scientifico.

Con il metodo *FEEL CENTER* si avvia un cammino sistematico per la eliminazione degli sprechi all'interno dei microprocessi della telefonata, analogamente a quanto, in campo manifatturiero, è stato fatto con il kaizen ed il lean manufacturing.

Nel corso della telefonata l'operatore ha il pieno controllo di dove si trova nel processo di vendita e può decidere quale strumento attivare di volta in volta. Sono state create coppie di lavoro formate da operatori con caratteristiche complementari, che ha consentito una crescita veloce della efficienza e della efficacia dei gruppi.

Quale formazione

Il cambiamento di approccio necessario per passare da una logica di *CALL CENTER* ad una di *FEEL CENTER* non può essere appreso con una formazione tradizionale, fatta con slide, ma necessita di un approccio esperienziale, teatrale e pratico.

L'allievo viene condotto attraverso fasi di apprendimento che lo coinvolgono emozionalmente, con l'aiuto di *formatori*, cioè attori professionisti che, sia in presenza, sia a distanza, simulano il comportamento dei vari tipi di cliente e, a valle della telefonata, forniscono un feed-back sui passaggi, positivi e negativi, che hanno avuto luogo al telefono.

A quel punto l'allievo, abbandonato il vecchio metodo *call*, ed avendo ottenuto dei risultati con il metodo *feel*, si sente naturalmente portato a parlarne ad altri colleghi che ancora non lo conoscono. Egli diviene quindi tutor di altri, e nel far ciò consolida l'apprendimento e lo completa.

Questo percorso, che genera tutor in grado di trasmettere il metodo in modalità orizzontale, è gratificante per gli operatori coinvolti e presenta anche il vantaggio di poter ridurre i costi della formazione.

Il metodo FEEL anche per la rete degli agenti

La trasformazione di un *call center* in *feel center* può costituire una occasione per creare una nuova cultura commerciale condivisa. Anche gli agenti possono apprendere in un *feel center* le tecniche di vendita e di ascolto del cliente basate sui feeling.

I *formattori* aiutano a far crescere l'autostima degli operatori, vista come patrimonio da proteggere, anche perché, in luoghi come i call center, esso è messo continuamente a rischio.

La formazione *feel* avvia un piano di crescita personale, che spinge gli addetti alla vendita a concentrarsi sui propri obiettivi, da cui deriva la motivazione, ed anche sui propri punti di forza e di debolezza, che il lavoro in cuffia aiuta velocemente a scoprire. Un grande aiuto, soprattutto per i giovani, per i quali anche pochi mesi in cuffia, in un *feel center*, possono costituire una utile esperienza che non dimenticheranno mai più.

In conclusione possiamo dire che un programma per passare da *call center* a *feel center* mira a migliorare i risultati facendo crescere gli addetti, come professionisti, come *problem solver* e come persone. Persone che possono mettere in gioco competenze, conoscenze, tecniche, ma anche emozioni, affettività, creatività e fantasia.

In questo senso pensiamo che l'industria del call center o, meglio, dei *feel center*, possa diventare un settore di grande importanza per i professionisti della vendita e per lo sviluppo delle aziende del nostro paese.

aldo.reggiani@spettacolidimatematica.it

