



TRICYCLE

T E L E M A R K E T I N G

WHITEPA-
PER TIEN
TIPS VOOR
HET KIEZEN
VAN EEN
TELEMAR-
KETINGBU-
REAU



WHITEPAPER: TIEN TIPS VOOR HET KIEZEN VAN EEN TELEMARKETINGBUREAU

Telemarketing is een belangrijk onderdeel van het verkoopproces. Het is dus cruciaal dat u het juiste bureau kiest, die u volledig vertrouwt en uw organisatie op een professionele en goede manier vertegenwoordigt.

Het juiste bureau vinden kan een moeilijke opgave zijn en is soms een proces van “trail en error”.

Deze whitepaper is bedoelt om u inzicht te geven in de verschillende werkwijzen van bureaus en om heldere vragen te stellen aan uw potentiële telemarketingpartners. Op deze manier krijgt u zoveel mogelijk kwalitatieve informatie van de telemarketingbureaus en is het mogelijk om het proces van “trail en error” te voorkomen.

We hebben ons beperkt tot 10 vragen.

1. Is het een specialistisch telemarketingbureau?

Er zitten fundamentele verschillen in de vaardigheden om succes te behalen in een business to business telemarketing campagne dan in een business to consumer telemarketing campagne. Hetzelfde geldt ook voor een inbound en outbound telemarketing campagne.

Sommige bureaus werken met meerdere specialisaties, zeg b2b en b2c, sales en genereren van afspraken, enz. Kort door de bocht kan er worden aangenomen dat de vaardigheden van de medewerkers en het bureau niet optimaal worden benut. Dit zorgt er voor dat de kans op een succesvolle telemarketing voor u verminderd.

Zorg dat u een partner kiest die alleen gespecialiseerd is in projecten van uw kaliber; mocht dat b2b, b2c, inbound, outbound of leadgeneratie zijn.

2. Maakt het telemarketingbureau gebruik van scripts?

Wat zou u denken als een verkoper in uw kantoor staat om iets te verkopen en onmiddellijk zijn koffer open doet en begint voor te lezen van een papiertje “Goedemorgen, mijn naam is Ronald van ALBE Datasystemen. We zijn gespecialiseerd.. etc”. Waarschijnlijk zou u hem de deur wijzen. Scripts werken niet!

U gebruikt zelf ook geen script, juist omdat u het ook hoort wanneer iemand een script gebruikt. Ga daarom specifiek op zoek naar een telemarketingbureau die medewerkers in dienst hebben die vaardig genoeg zijn en dus geen script nodig hebben om gesprekken succesvol af te ronden.



3. In hoeverre is het mogelijk om contact te hebben met uw team telemarketeers?

Heeft het telemarketingbureau een open deur beleid? Geven ze voldoende mogelijkheden om direct in contact te komen met uw belteam? Ervan uitgaande dat u deze heeft? Als u dit niet heeft dan zou dat een heleboel andere vragen oproepen, zoals hoe het telemarketingbureau haar kennis en expertise vergaard en verdeeld binnen een project.

U heeft voordeel als u toegang heeft tot uw team zodat u kunt luisteren als zij bellen namens uw organisatie. U kunt naast ze zitten met een headset waarmee u beide kanten van de conversatie kunt horen. Zo krijgt u uw prospects reactie horen op uw propositie en u hoort onverwachte bezwaren die de telemarketeer tegen komt. Door rechtstreeks contact heeft u de mogelijkheid om snel informatie te delen en het resultaat te maximaliseren.

Business to business telemarketing werkt alleen echt goed wanneer er een goede relatie is tussen de opdrachtgever en telemarketeers. Face to Face contact is hierin een goede en effectieve manier om een relatie op te bouwen.

4. Zijn de telemarketing medewerkers in loondienst?

Heeft het telemarketingbureau haar eigen medewerkers in dienst? Sommige telemarketingbureaus werken met thuiswerkers of uitzendstudenten. Houd hier rekening mee, want dit werkt vaak niet.

Vraag het telemarketingbureau hoe deze haar personeel selecteert en van waaruit ze werken. Vraag dan ook even naar de gemiddelde leeftijd en het type achtergrond dat de telemarketeers hebben.

5. Worden de medewerkers van het team gemotiveerd? Zo ja hoe dan?

Vraag naar de manier waarop de medewerkers worden gemotiveerd/ geprikkeld. Als het telemarketingbureau goede medewerkers in dienst heeft, dan is het zeer waarschijnlijk dat deze goed reageren op prikkels/incentives. Hun prestaties zullen dan sterk afhangen van het soort prikkel/incentives dat gebruikt wordt.

Wees extra voorzichtig als er alleen wordt geprikkeld op output. Dit zijn bijvoorbeeld prikkels als, maakt 2 afspraken per dag en verdien extra. U kunt er dan zeker van zijn dat de 2 afspraken per dag worden gehaald en het extra geld wordt verdient, maar de kwaliteit van de afspraken kan lager zijn dan gewenst. Misschien rijdt u heel Nederland door langs afspraken met bedrijven die geen directe interesse hebben om iets af te nemen.

Ga op zoek naar gebalanceerde prikkels/incentives die belonen op zowel kwaliteit als kwantiteit.



6. Wat is de leeftijd en ervaring van de telemarketeers?

Vraag goed door naar de leeftijden en wat nog belangrijker is ga zelf in ieder geval langs voor u een beslissing heeft gemaakt. Oordeel zelf en vraag de telemarketeers naar hun werkervaring en leeftijd. Luister gelijk naar een aantal gesprekken om zelf een oordeel te kunnen geven over de werkwijze en vaardigheden van het bureau.

Als u dan toch op de werkvloer bent, geef een oordeel over de werkomgeving. Om de prestaties te maximaliseren zullen de telemarketeers zich goed moeten voelen over henzelf, het telemarketingbureau en over uw product en/of dienst.

Zoek naar tekenen van teamspirit. Luister naar wat er gebeurt als iemand een goed resultaat behaald binnen een project – feliciteren de collega's de telemarketeer?

7. Hoe wilt u en uw organisatie dat er wordt omgegaan met voor u gegeneerde afspraken of leads?

Vraag na hoe er wordt omgegaan met de resultaten die worden gegeneerd binnen uw project. Zijn die resultaten, in termen van afspraken of leads, alleen voor u? Staat het telemarketingbureau daar garant voor? Of misschien nog belangrijker kunnen ze een overeenkomst tekenen wat hen verplicht om de resultaten binnen uw project met geen enkel ander bedrijf te delen?

Sommige telemarketingbureaus verkopen afspraken of leads aan meerdere klanten en relaties. Dit verkleint de kans aanzienlijk op new business en gebeurt nog op vrij regelmatige basis bij telemarketingbureaus in Nederland.

8. Bent u eigenaar van de voor u project gebruikte database?

Wat gebeurt er precies met de voor u gebruikte database en hoe gaat het bureau hiermee om. Blijft u ten alle tijden eigenaar van de database, en is deze door u in te zien en te gebruiken? De database wordt door telemarketing extreem verreikt en zal samen met de gegeneerde afspraken en leads een belangrijke waarde hebben. Vraag dan ook duidelijk en zet het op papier, dat u eigenaar van de database bent en het bureau deze op geen enkele manier kan gebruiken voor andere opdrachten.

9. Is er een duidelijke structuur binnen een telemarketing project?

Als u getekend heeft voor een telemarketing project met uw telemarketingpartner, wat gebeurt er hierna? Is er een structureel proces dat verzekerd dat er activiteit tussen beide partners is? Zijn deze stappen helder en duidelijk voor beide partijen zoals het voorbeeld hieronder?



- Training van de telemarketeers
- Vervaardigen relevante adressen
- Rapportage van het project
- Communicatie tussen u en de telemarketeers
- Het proces van het maken van de telefoongesprekken en het gebruik van de systemen
- Probleem oplossing
- Beoordeling voortgang
- Etc..

Wordt u betrokken in het hele proces, en zo ja, wanneer en hoe? Gebruik uw oordeel om vast te stellen of het project aan uw behoeften voldoet en of het resultaat dat geleverd wordt wenselijk is.

10. Wat is het minimaal aantal uren waarvoor moet worden getekend en wat is de minimale contractduur?

Voor hoe lang moet u zich committeren aan een telemarketingbureau? Als uw telemarketingpartners zich voor u moet "winnen" op reguliere basis, dan zal dit helpen om de motivatie en werklust hoog te houden. Als u zich voor een lange periode bindt aan een telemarketingbureau dan is dit juist weer een hele andere zaak.

Er zitten grote verschillen tussen partijen, kijk goed naar de verschillen en kijk vooral naar de motivatie om continue te scoren.

U kunt ons iedere dag bereiken via onderstaande contactgegevens.

Ivar Stikkelbroeck
i.stikkelbroeck@tricycle-europe.com

Jochem Verberg
j.verberg@tricycle-europe.com

Wilt u ons bellen?
020 - 717 34 69

Wilt u ons e-mailen?
info@tricycle-europe.com

Wilt u langskomen?
Arlandaweg 159-167
1043 HS Amsterdam

Heeft u post voor ons?
Postbus 56704
1040 AS Amsterdam