

## **FUTURA LIBERI DI COMUNICARE**

### **CORSO PER OPERATORI/OPERATRICI TELEFONICI... CHE COS'E' L'AUDIOTEX?**

Per AUDIOTEX si intendono quei servizi telefonici registrati o in viva voce a tariffa maggiorata e contraddistinti dal prefisso 166 – 899 – 892, servizi che possono offrire all'utenza informazione, consulenze professionali e intrattenimento. (Per accedere, tuttavia, ai servizi di intrattenimento erogati sui numeri a prefisso 899, è necessaria una richiesta esplicita da parte dell'utente affinché il codice venga sbloccato). Entrando nello specifico, l'audiotex, detto anche audiotel o telematica vocale o servizi vocali a valore aggiunto, è un sistema ad alta tecnologia che permette di diffondere informazioni e servizi su linee telefoniche automatizzate. Per collegarsi al sistema informatico è sufficiente comporre un codice audiotel 166 da un qualsiasi apparecchio telefonico. In questo modo si ha accesso a numerosi quanti diversificati servizi che per legge possono rientrare nelle seguenti tipologie:

#### **A1) SOCIALE**

- Servizi riguardanti P.A. ed Enti locali
- Servizi riguardanti servizi pubblici
- Servizi di assistenza sociali per categorie disabili o comunque protette

#### **A2) SOCIALE INFORMATIVO**

- Rassegna stampa
- Servizi informazione viaggiatori
- Servizi meteorologici
- Sondaggi opinioni socio-culturali
- Servizi commerciali professionali e socio-economici
- **Servizi di astrologia**
- **Intrattenimento per adulti**
- **Servizi di cartomanzia**
- **Servizi relativi a pronostici concernenti il gioco del lotto, enalotto, superenalotto, totocalcio, totogol, totip e lotterie nazionali**

#### **B) CULTURALI servizi culturali**

- Informazioni di interesse sociale culturale
- Servizi editoriali

Il fruitore di tali servizi ha così modo di conoscere le previsioni del tempo, l'andamento della borsa, i movimenti del proprio conto corrente oppure, se lo preferisce, può collegarsi con linee che suggeriscono pronostici per Lotto e Totocalcio o con quelle che forniscono l'oroscopo del giorno o i consigli su come dimagrire. Naturalmente le opportunità offerte dalle linee audiotel sono pressoché infinite. L'intervento della normativa Ministeriale e di legge ha però circoscritto l'erogazione dei servizi alla succitata lista. Chi si collega con una linea audiotel viene accolto in un ambiente piacevole e rilassante: voce, musica e suoni di sottofondo servono ad ottimizzare il servizio e a rendere la consultazione non solo utile, ma anche gradevole. L'immediatezza, inoltre, è fonte di reddito aggiunto, poiché l'accesso al servizio è soggetto a tariffe variabili che assicurano ai centri servizi e ai fornitori di informazioni entrate sicure e promozionali al traffico telefonico generato. Efficace strumento di promozione, complemento ideale per il perfezionamento di una strategia commerciale o per la gestione di un flusso di informazioni, l'audiotel si sta imponendo come il modo di utilizzo del mezzo telefonico del futuro. Questo settore, come già sottolineato, è regolato da normative ministeriali e da un codice deontologico a cui tutti gli operatori devono attenersi e che quindi è interesse di tutti conoscere al più presto e in modo dettagliato.

### **SERVIZI IN VIVA VOCE**

in questi servizi una operatrice conversa direttamente con il fruitore del servizio per un periodo di tempo determinato. Di solito, prima di passare al contatto diretto con l'operatrice, l'utente ascolta un breve messaggio registrato gratuito che lo informa - come previsto dalla normativa vigente – sulla natura, durata e costo del servizio.

### **L'OPERATRICE**

L'operatrice è uno degli elementi determinanti, di tutte le persone coinvolte in questa attività, perché con il suo contatto diretto con l'utente, rappresenta l'immagine stessa del Centro Servizi e dipende in primo luogo da lei la soddisfazione dell'utente stesso. E' opportuno inoltre precisare che l'operatrice lavora per il Centro Servizi, i cui clienti sono fornitori di informazioni e che è solo in favore di essi che lei anima le conversazioni con gli utenti. Questi ultimi sono clienti dei fornitori di informazioni. In taluni casi il Centro Servizi stesso opera direttamente come fornitore di informazioni. L'operatrice ha a disposizione un timer che le permette di verificare l'approssimarsi della disconnessione automatica del collegamento telefonico, disconnessione che, con i prefissi 166, si verifica all'8° minuto. E' perciò necessario al 7° minuto, avvertire l'utente di ciò che sta per accadere, invitandolo a richiamare se possibile anche immediatamente. Risulta quindi opportuno portare la conversazione a un punto che sia sì conclusivo, in modo da non lasciare frasi in sospeso, ma anche anticipatore di una successiva telefonata ricca di sorprese. Ecco come. Si ricorda che tutti i dialoghi riportati in questo manuale sono stati redatti a puro titolo esemplificativo, come esercitazione tecnica di risposta a esigenze e obiezioni dell'utente. Tali esempi non rappresentano quindi un invito a mistificare la propria spontaneità o la propria sincerità nei confronti degli utenti, ma non sono una semplice traccia proposta che è stata elaborata alla luce di test effettuati su un campione di telefonate.

*“Io avrei ancora tante cose da dirti. Ma il tempo è tiranno. Se non vuoi restare con dei dubbi, richiamami subito, io sono qui che ti aspetto. Guarda che ci conto. Mi piacerebbe proprio approfondire i discorsi iniziati con te.”*

In altre parole è importante comunicare all'utente, qualunque sia la natura del servizio offerto, la sensazione che, interrompendo che la comunicazione prima del tempo o non richiamando immediatamente dopo la disconnessione automatica, egli venga privato della possibilità di acquisire sensazioni, informazioni o conoscenze molto importanti per il suo benessere e il suo futuro.

### **L'UTENTE**

E' fondamentale che l'operatrice abbia sempre ben presente sia che il profitto delle agenzie clienti del Centro Servizi deriva esclusivamente dal numero di minuti del collegamento generati con i vari utenti, sia che la qualità del suo lavoro si misura e nella soddisfazione dell'utente stesso; queste due esigenze sono perfettamente coincidenti, perché un utente soddisfatto rimane volentieri collegato per lungo tempo, ritelefona spesso e parla con i propri amici dei servizi di suo gradimento. A questo scopo l'operatrice deve ricordarsi che anche l'ultima telefonata che riceve nel suo turno di lavoro va gestita con lo stesso entusiasmo, partecipazione e spigliatezza delle prime.

### **LA CONVERSAZIONE**

I primi secondi sono decisivi. Il tono di voce deve essere affabile, naturale, non aggressivo e gradevole quanto possibile. E' opportuno che sia l'operatrice a condurre la telefonata, sia perché l'utente si aspetta di essere intrattenuto, sia perché sarà così più facile per lei avere saldamente in pugno le redini della conversazione. Il Centro Servizi avrà cura di fornire alle operatrici tutti quegli strumenti – testi delle situazioni più comuni, selezione di notizie curiose, meccanismi per tenere sotto controllo le situazioni imbarazzanti che potrebbero verificarsi, corsi di informazione e altri periodici di aggiornamento tenuti da esperti della comunicazione – per facilitare al massimo il loro compito. Rimane comunque fondamentale l'apporto di entusiasmo, creatività e volontà individuale per creare un autentico rapporto di fiducia stima e simpatia con gli utenti. A volte può capitare che la conversazione assuma toni indesiderati oppure anche contrari alla normativa del settore. In questi casi è bene che l'operatrice dia prova di senso dell'umorismo, disinvoltura e presenza di spirito tali da scoraggiare l'utente scorretto e riportarlo nei binari del buon gusto. Non bisogna dimenticare che, una volta infranto il muro della volgarità o della timidezza, anche queste persone possono diventare ottimi utenti. In ogni caso le operatrici berranno formate e informate sulle tecniche da utilizzare per ricondurre nell'ambito dei servizi ammessi dalla normativa, quegli utenti che dovessero richiedere servizi vietati o uscire dagli ambiti permessi dalle leggi e della buona educazione.

## **E' IMPORTANTE RICORDARE CHE**

La telefonata si compone di

### **1) Preparazione**

- verifiche tecniche
- conoscenza del servizio, della pubblicità e del messaggio introduttivo
- aggiornamento sull'attualità

### **2) approccio all'utente**

- tempestività ed efficienza
- saluti e presentazione
- il tono della voce
- il ritmo della telefonata

### **3) armonizzazione e comunicazione**

- tenere saldamente in pugno la conversazione
- ascoltare con attenzione sempre
- conoscere e riconoscere l'utente
- mantenere sempre vivo il contatto
- fissare appuntamenti telefonici
- farsi capire chiaramente

### **4) superamento delle obiezioni**

- affrontarle con calma
- non sono un attacco personale
- nessun coinvolgimento emotivo rispondi all'obiezione con un'obiezione, alla domanda indesiderata con un'altra domanda
- dai tempo all'utente di recepire la tua disapprovazione

## **SITUAZIONI RICORRENTI**

L'inizio come si è detto, i primi secondi sono fondamentali. Ecco una serie di domande che l'operatrice può utilizzare per iniziare nel modo migliore la conversazione, senza dimenticare però che, di solito, l'utente, soprattutto nel corso della telefonata e ancora più all'inizio, non ama indagini troppo dettagliate sulla propria vita privata o sulla situazione che si trova a vivere in quel momento. L'utente, infatti, ama spesso costruirsi un personaggio con cui giocare e attraverso cui fantasticare in compagnia dell'operatrice e quindi bisogna rispettare e assecondare questa sua propensione.

Ecco una traccia per iniziare la conversazione.

"Come ti chiami?" Seguono commenti

"Da dove chiami?" Seguono commenti

"Di che segno sei?" Seguono commenti

"Lavori?" "Studi?" Commenti ed elogi sulla situazione dichiarata

"Quanti anni hai?" Se la voce è palesemente quella di un bambino bisogna avvertire che il servizio è riservato ai maggiorenni. Se la risposta è plausibile e la voce è credibile, è bene non approfondire ulteriormente le indagini sulla età effettiva.

Il normale sviluppo delle situazioni qui proposte dovrebbe assicurare una base di partenza di circa 2,3 minuti, per un buon proseguimento della conversazione. E' evidente, infine, che questa traccia può essere abbandonata ogni volta che la conversazione decolli verso altri argomenti, che potranno essere sviluppati in modo adeguato grazie alla documentazione fornita dal Centro Servizi, di cui già si è detto, e ripresa in caso di bisogno. A volte chi chiama non ha l'esigenza di

farsi leggere le carte, farsi fare l'oroscopo etc. ma desidera prevalentemente instaurare un dialogo di altro genere con l'operatrice. L'operatrice deve comunque sempre tentare di far sì che la conversazione abbia dei contenuti legati all'oroscopo, alle carte, etc. Ecco alcune tipologie che potreste incontrare in una serie di consigli su come gestirle al meglio.

### **L'UTELTE TIMIDO**

Può capitare che, per timidezza o per gioco, l'utente taccia anche per un tempo non trascurabile. Il primo problema è capire se è effettivamente in linea e questo lo si può generalmente dedurre dal rumore del suo respiro. Una volta accertato ciò, si può proporre un gioco.

*"Hai voglia di farmi fare l'indovina/o senza darmi indizi? Se sei d'accordo dai un colpetto sulla cornetta del tuo telefono, se no danne due"*

Se 1 si prosegue si prosegue come viene spiegato in seguito; se 2 : *"allora ti faccio un giro di carte per vedere in modo generale la tua personalità"*.

Pertanto si prosegue facendo un gioco di carte e raccontando ciò che si vede. E così via. E' importante, però, che tra una donna e l'altra l'operatrice parli e commenti, come se si stesse svolgendo una conversazione normale.

### **L'UTENTE CHE VUOLE UN APPUNTAMENTO**

Accade sovente che l'utente voglia fissare un appuntamento per incontrare l'operatrice con cui ha stabilito un buon rapporto. Per ovvi motivi questi incontri sono espressivamente vietati, quanto meno dal buon senso; tuttavia siamo, come sempre, di fronte alla necessità di non perdere il contatto e il rapporto di fiducia. Ecco come si può procedere.

*"Mi piacerebbe tanto incontrarti, devo però prima interrogare le stelle, non vorrei deluderti perché magari mi immagini diversa da quella che sono. Prima di fare un passo del genere ti voglio conoscere meglio. Richiamami domani alle... così sei sicuro di trovarmi. Mi raccomandi però, non dimenticartene, io ti aspetto."*

*"Ti confesso di essere appena uscita da una storia che mi ha fatto molto soffrire. Lui era di un segno zodiacale molto brutto (dire un segno zodiacale diverso da quello dell'utente al telefono). E quindi adesso non me la sento di incontrare qualcuno. Forse tu sei diverso e forse è proprio per questo che ho paura di incontrarti; facciamo un patto, conosciamoci meglio, tu continua a chiamarmi e poi si vedrà"*.

*"E' troppo presto per correre questo rischio. Mi vergogno un po', ma devo confessarti che questo rapporto a me piace proprio come si sta sviluppando adesso, perché è qualcosa di nuovo che non avevo mai provato prima. E' bellissimo ascoltare la tua voce, e le cose che mi racconti suscitano in me emozioni molto forti che, per adesso, non voglio veder finire. Continuiamo ancora un po' a sentirci così, poi forse troverò il coraggio per incontrarti."*

### **L'UTENTE TROPPO CURIOSO**

Meno frequente del precedente è il caso dell'utente troppo curioso che è interessato a conoscere l'indirizzo della sede di lavoro, il numero di telefono privato dell'operatrice, il suo indirizzo e così via. Anche in questo caso è vietato fornire il proprio recapito personale ed è tassativamente vietato dare quello del Centro Servizi. Per quanto riguarda il Centro Servizi, si fornirà un recapito esclusivamente postale, che verrà precisato in seguito, al quale invitare ad inviare la corrispondenza. Se invece l'utente vuole il numero di telefono per proseguire il rapporto telefonico evitando di passare dal 166, si può procedere in questo modo.

*"Per abitudine non do mai il mio numero di telefono prima di aver incontrato una persona; se comunque mi dai il tuo, comincerò con il chiamarti io. Non ti prometto nulla però e, nel caso non mi sentissi, richiamami qui e vedremo."*

### **L'UTENTE CON I PROBLEMI PSICOLOGICI**

Nel caso si presentassero utenti con gravi problemi di ordine psicologico o comunque evidentemente disturbati sul piano psichico, ci si affida al buon senso e alla sensibilità dell'operatrice per trattare nel modo migliore, e compatibilmente con quanto prescritto dal regolamento ministeriale, anche queste situazioni, vanno comunque segnalate al più presto ai vertici del Centro Servizi.

### **L'UTENTE CHE VUOLE RIATTACCARE**

Nonostante tutti gli sforzi può capitare che l'utente voglia terminare la conversazione prima dell'ottavo minuto. Sia che lo stia per fare senza dirlo ( e sicuramente l'operatrice, dopo qualche tempo, riuscirà a individuare l'approssimarsi di questa decisione), sia che l'utente lo annunci esplicitamente, si tratta di una evenienza da evitare. Ecco come.

*“Ma dai, non dirmi che te ne vuoi già andare; guarda che mi offendo. Non ti piace cosa ti ho detto? vuoi che ti passi un'altra cartomante? Se te ne vai io rimango con la curiosità di conoscerti meglio; di sapere cosa le carte dicono di te, forse potevamo approfondire questa amicizia, poteva nascere qualcosa di carino.”* E così via.

### **L'UTENTE POLEMICO**

A volte l'utente può dimostrarsi polemico e aggressivo, innervosito per le attese e conscio del costo che queste comportano. Ecco come reagire a questi atteggiamenti. *“Dai non fare così, perché quando ti arrabbi non mi piaci. Ti prometto che, se avrai la pazienza di ascoltarmi, la prima volta che capita che saremo insieme ti pagherò una pizza. Sai le mie conoscenze nel campo dell'astrologia ti stupiranno, di che segno sei? ... ah! Ecco perché tu parli così...”* ecc.

*“Sì, lo so che questo servizio è un po' caro (detto ironicamente), ma ti assicuro che, quando mi avrai conosciuto meglio, ti convincerai che questi sono stati i soldi meglio spesi della tua vita.”*

*“Caro questo servizio? Ma cosa dici? Ma in che mondo vivi amore? In fin dei conti quello che offriamo su questa linea è un servizio meraviglioso, scopri delle cose che altrimenti ti sarebbero precluse, vale sicuramente quello che costa se non di più”*

### **L'UTENTE FEMMINILE**

Di solito il pubblico femminile si collega con un servizio audiotel per scoprire, con l'aiuto di tarocco o altri strumenti divinatori, il proprio futuro oppure per avere consigli e indicazioni sugli sviluppi della propria situazione sentimentale. Per rispondere in modo soddisfacente a queste esigenze, è indispensabile conoscere in modo approfondito tali rapporti divinatori e le tecniche interpretative a essi collegate. E' comunque importante avere sempre ben presente che non bisogna ingenerare nelle utenti ansie, preoccupazioni o aspettative, siano esse negative, positive o ingiustificate, perché è possibile che si collega con questi servizi sia una persona facilmente suggestionabile e dotata di un equilibrio nervoso precario. Anche questi casi tuttavia, vanno gestiti con un'attenta strategia commerciale.

### **L'UTENTE MALEUCATO**

Può capitare, nonostante sia esplicitamente vietato da tutte le norme, che l'utente si metta in contatto con un numero 166/ 899 con l'intenzione di fare una telefonata erotica. Saranno l'abilità, la fantasia, la prontezza di spirito, il senso dell'umorismo e, se necessario, una piccola dose di aggressività o di risentimento a riportare la conversazione nei giusti binari. Anche questo tipo di utente, una volta educato, può diventare un interlocutore corretto. Nel caso l'utente persistesse nel suo comportamento, l'operatrice potrà interrompere la conversazione. In ogni caso il Centro Servizi darà alle operatrici una preparazione ad hoc per fronteggiare queste situazioni per fronteggiare in modo tale da non perdere traffico telefonico.

### **LA FIDELIZZAZIONE**

Fondamentale per generare un traffico telefonico costante e il rapporto che lega l'operatrice al suo utente. Affinché questo sia il migliore possibile, l'operatrice dovrà essere estremamente accorta nel convincere l'utente che il loro è un rapporto assolutamente speciale, esclusivo e particolare. Dovrà quindi sempre annotare il nome di chi chiama (non si può mai sapere in anticipo chi diventerà fidelizzato) e, nei tempi morti tra una conversazione e l'altra, compilare registri e agende personali da reperire rapidamente nel momento del bisogno, per dare così all'utente l'illusione di un rapporto autenticamente profondo. Su tali registri si consiglia di annotare i dati personali dell'utente, i suoi hobby, la situazione sentimentale, le espressioni particolari e ricorrenti, gli argomenti di conversazione preferiti e così via. L'operatrice dovrà dire a sua volta come si chiama ( si userà un nome di fantasia particolarmente accattivante scelto da una lista fornita dal Centro Servizi) e stare bene attenta a non tradire il tipo di personaggio che è andata sviluppando per incontrare le esigenze dell'utente (anche questo andrebbe annotato sulla scheda personale del cliente/utente). In ogni caso il Centro Servizi, dopo una breve fase di rodaggio, fornirà strumenti telematici per la fidelizzazione (quindi personal computer con un sofisticato software per la gestione delle tecniche di fidelizzazione).

L'operatrice deve convincere l'utente che parlare con lui è una cosa effettivamente appagante anche per lei, informarlo sui propri turni di lavoro, invitarlo a chiamarla altre volte e fissare dei veri e propri appuntamenti telefonici, fingersi gelosa se l'utente parla con altre operatrici o addirittura se confessa di avere rapporti con quelle della concorrenza.

### **LA CORRISPONDENZA**

Uno dei modi più efficaci per migliorare la qualità del rapporto tra operatrice e utente è quella di avviare una corrispondenza. Il Centro Servizi metterà a disposizione un recapito a tale scopo e l'operatrice sarà tenuta a comunicare solo ed esclusivamente questo indirizzo agli utenti che ne facessero richiesta. Il copywriter si occuperà di realizzare cartoline personalizzate o meno, foto individuali o di gruppo e lettere di varia natura da inviarsi per conto delle varie operatrici che dovranno semplicemente firmarle. Non è detto che ogni forma di corrispondenza debba avere necessariamente una risposta; l'operatrice avrà cura di segnalare al copywriter gli utenti più assidui che possono essere meritevoli di una tale attenzione.



## **IL MATERIALE FORNITO**

Il copywriter si occuperà di mettere a disposizione delle operatrici pubblicazioni, rassegne stampa con notizie curiose, frasi celebri e citazioni spiritose che potranno essere utilizzate per ravvivare la conversazione, nonché gli aggiornamenti su eventuali attività di consulenza e servizio che il Centro Servizi deciderà di avviare per dare modo alle operatrici di essere sempre preparate al meglio per svolgere il loro delicato incarico. Il copywriter, inoltre, è a disposizione delle operatrici per fornire qualsiasi suggerimento, consiglio o supporto che si renderà necessario per superare le varie difficoltà che possono via via presentarsi.

## **GLOSSARIO**

899/166 (è il prefisso che la telecom utilizza per caratterizzare i servizi telefonici a tariffa maggiorata) il secondo gruppo di cifre (che possono essere una o due) definisce il costo per minuto di tali servizi e le ultime cifre (che possono essere 4 o 5) sono il codice di accesso al servizio vero e proprio. Centro Servizi (dispone del know how, dei contratti con la telecom e di tutti quegli strumenti tecnici che mette a disposizione dei fornitori di informazione per la realizzazione dei servizi). Copywriter (si occupa della ideazione e della gestione dei servizi e della pubblicità dal punto di vista artistico e da quello dei contenuti) i informazioni (quella società o quel privato che si appoggia al centro servizi per erogare le trasmissioni telefoniche, in viva voce o in registrato, che ha promosso e pubblicizzato). Ufficio tecnico (si occupa della gestione e della manutenzione delle apparecchiature tecniche che rendono possibili i servizi).

## **USO DELLA VOCE ED ESPRESSIONE VOCALE**

**INTRODUZIONE : SAPER PARLARE E SAPER ASCOLTARE**

### **SAPER PARLARE**

Parlare è, come si sa, il modo per esprimersi più comune. Saper parlare, saper scrivere: due poli dello stesso problema, così come molti si spaventano di fronte ad un foglio bianco su cui vorrebbero scrivere quattro righe, molti altri provano timore e timidezza nel parlare. Naturalmente, si legge e si ascolta con maggior piacere se si scrive, o parla, lo fa con una maggiore proprietà e senza sforzo, con efficacia, rendendoci partecipi del proprio pensiero o di ciò che vuole comunicare. La prima regola da non scordare è che quando si parla esiste per forza qualcuno che ha l'onore di ascoltare, compito spesso gravoso (che a maggior ragione non deve essere tale se il nostro interlocutore paga per poterci ascoltare). Quante volte siete stati vittima di un cattivo oratore, di una persona incomprensibile? Una persona **INCOMPRESIBILE** è **INASCOLTABILE**. Quindi, primo compito o primo sforzo da compiere, è cercare di essere il più comprensibile possibile. Il buon parlare ha delle regole comuni generali, ma la migliore è adeguare il proprio "abito" all'occasione. Diverso, infatti, deve essere modo di esprimersi e adattarsi al pubblico della situazione. Raccontare le vacanze ad amici, tenere una conferenza, partecipare ad una riunione aziendale o argomentare in un salotto, hanno infatti regole diverse nella ritmica, nel linguaggio, nelle tecniche, nell'organizzazione del discorso. Se è vero che saper parlare adeguatamente, in modo corretto e ritmato, aiuta il nostro interlocutore all'ascolto, è necessario essere consapevoli di ciò che andremo a dire.



## **SAPER ASCOLTARE**

Nel caso in cui sia il nostro interlocutore a stabilire il primo contatto (come avviene nei servizi telefonici Audiotex) è molto importante avere ben presente l'argomento di cui si andrà a discutere, ma soprattutto è necessario all'inizio predisporre all'ASCOLTO, per ben comprendere la personalità, le aspettative, le ambizioni del soggetto che sta dall'altra parte dell'apparecchio telefonico. Solo quando avremo conosciuto il destinatario potremo compilare il messaggio, o in questo caso, le istruzioni da dargli. Da quel momento in poi dovremo valutare continuamente che cosa avviene tra la fonte di trasmissione (noi) e il destinatario (il cliente) e cioè se il messaggio arriva e riesce ad essere capito. Ed è allora che comincia la valutazione dei passaggi e delle possibili interferenze. Non dimentichiamo che le "interferenze", se non ben gestite, possono disturbare notevolmente la comunicazione, fino a portarla ad esaurimento. Poiché il vostro scopo è quello di intrattenere il cliente al telefono per un periodo di tempo stabilito, una cattiva articolazione, frasi sconnesse, parole interrotte, una pronuncia insaponata, unitamente ad un'eccessiva velocità nel parlato, rendono il messaggio poco comprensibile, creano uno stato di ansia e di disturbo e portano all'inevitabile interruzione della comunicazione. Ecco il perché dell'importanza dell'uso corretto della voce, soprattutto al telefono. Per comunicare bisogna individuare il destinatario del nostro messaggio e stabilire un contatto al suo stesso livello culturale. Sarà così possibile instaurare una comunicazione bilaterale di intelligenza. Stabilito questo primo contatto intellettuale che chiameremo "comprensione", dovremo contemporaneamente fare appello al "cuore", cioè all'emozione del nostro destinatario. In altre parole, dovremo sfruttare l'elemento "simpatia" perché il destinatario sia ben disposto all'ascolto o alla proiezione del nostro messaggio. Oltre a questi due fattori ce n'è uno che ha molta importanza e che si chiama "interesse"; esso impegnerà a fondo il cuore e la mente del destinatario se il messaggio riesce a fornirgliene l'incentivo. Qualunque cosa vogliamo comunicare bisogna che sia interessante per il destinatario; se lo è solo per noi, e dobbiamo trasmetterlo comunque, dovremo trovare la forma adatta per stimolare anche l'interesse del destinatario. L'individuo esprime la propria personalità utilizzando le caratteristiche fisiche del proprio corpo: il modo di fare, di gesticolare, di vestirsi, di camminare, di ridere, osservare, etc... E' evidente che la VOCE è una parte importantissima per esprimere la personalità. Essa è lo strumento numero uno per buona parte del nostro lavoro. Dobbiamo esprimerci in riunione, per chiedere un attrezzo, per mangiare, per andare dal medico, per spiegare una operazione bancaria, per essere di conforto ai nostri cari, per raccontare l'ultimo viaggio fatto, per insegnare ai nostri figli e per spiegare mille altre azioni quotidiane o saltuarie nel migliore dei modi: per questa ragione è necessario migliorare il nostro "strumento voce". Appare evidente che nell'ambito della comunicazione telefonica, attraverso la quale non ci si può avvalere del linguaggio del corpo, per esprimersi in modo efficace è indispensabile saper usare nel migliore dei modi la tecnica di comunicazione verbale. Tocca quindi alla "fonte" dare l'immagine giusta del servizio offerto, che deve riflettere un ambiente di calore, amicizia, simpatia e divertimento, unicamente al corretto eloquio.

### **ELEMENTI ESPRESIVI DELLA VOCE**

Normalmente, parlando e scrivendo, la nostra “voce” muta d’espressione: più alta, bassa, lento, veloce, chiara, scura, urlante, sussurrata, grintosa ecc. queste componenti espressive si possono classificare come:

RITMO

COLORE

VOLUME (misurabile)

TEMPO (misurabile)

## SOMMARIO

CHE COS'E' L'AUDIOTEX?.....	Pag. 1
SERVIZI IN VIVA VOCE.....	Pag. 2
L'OPERATRICE.....	Pag. 2
L'UTENTE.....	Pag. 3
LA CONVERSAZIONE.....	Pag. 3
E' IMPORTANTE RICORDARE CHE.....	Pag. 4
SITUAZIONI RICORRENTI.....	Pag. 4
L'UTENTE TIMIDO.....	Pag. 5
L'UTENTE CHE VUOLE UN APPUNTAMENTO.....	Pag. 5
L'UTENTE TROPPO CURIOSO.....	Pag. 5
L'UTENTE CON I PROBLEMI PSICOLOGICI.....	Pag. 6
L'UTENTE CHE VUOLE RIATTACCARE.....	Pag. 6
L'UTENTE POLEMICO.....	Pag. 6
L'UTENTE FEMMINILE.....	Pag. 6
L'UTENTE MALEDUCATO.....	Pag. 7
LA FIDELIZZAZIONE.....	Pag. 7
LA CORRISPONDENZA.....	Pag. 7
IL MATERIALE FORNITO.....	Pag. 8
GLOSSARIO.....	Pag. 8
SAPER PARLARE.....	Pag. 8
SAPER ASCOLTARE.....	Pag. 9
ELEMENTI ESPRESIVI DELLA VOCE.....	Pag. 10