

TELEMARKETING IN PILLOLE

CARATTERISTICHE PARALINGUISTICHE DA PADRONEGGIARE NEL TELEMARKETING



WWW.ACUSITALIA.COM

CARATTERISTICHE PARALINGUISTICHE DA PADRONEGGIARE NEL TELEMARKETING

1. **tono del messaggio**
2. **velocità del linguaggio**
3. **volume**
4. **pause**
5. **intercalare**
6. **pronuncia e inflessione verbale**



Anna Valentina Gallina
FORMATRICE ACUS

TELEMARKETING IN PILLOLE

CARATTERISTICHE PARALINGUISTICHE DA PADRONEGGIARE NEL TELEMARKETING

1. TONO DEL MESSAGGIO

Bisogna calibrarlo ed adattato all'obiettivo aziendale, imparando la modulazione a seconda dei tempi della conversazione; un tono mono tematico, ad esempio, annoia e non valorizza le potenzialità del linguaggio, invece una voce pragmatica in grado di usare abilmente alti e bassi vocali, "ipnotizza" e risalta i concetti che si desiderano, suscitando l'interesse dell'interlocutore



www.acusitalia.com



**SALA FORMAZIONE
ACUSITALIA**

CARATTERISTICHE PARALINGUISTICHE DA PADRONEGGIARE NEL TELEMARKETING

2 VELOCITÀ DEL LINGUAGGIO

La velocità è perfetta quando l'interlocutore comprende perfettamente significati e senso del discorso. Pertanto, se nella normale conversazione la velocità media è di 130/150 parole al minuto, nella comunicazione telefonica la velocità media non deve superare le 90/100 parole al minuto, così da evitare lentezze deterrenti o velocità che determinano confusione.



CARATTERISTICHE PARALINGUISTICHE DA PADRONEGGIARE NEL TELEMARKETING

3 VOLUME

Il volume si modula attraverso la respirazione (alto o basso in base alla quantità di aria emessa dai polmoni).

Bisogna stare molto attenti: anche in questo caso l'eccesso distorce e causa fastidio, mentre il volume troppo basso trasmette insicurezza. Il segreto?

Modulare il volume in base all'importanza che si desidera dare alle frasi.



CARATTERISTICHE PARALINGUISTICHE DA PADRONEGGIARE NEL TELEMARKETING

4 PAUSE

Le pause hanno una decisiva importanza a seconda della loro collocazione: esse, usate nel momento opportuno, possono dare enfasi, evidenziare ciò che si vuole, ma anche denotare insicurezze o timori. I venditori più esperti, inseriscono nei colloqui telefonici l'inserimento pause programmate, così da dare corposità a ciò che si dice senza costringere l'ascoltatore ad intervenire per riempire il vuoto ed evitare l'imbarazzo;



CARATTERISTICHE PARALINGUISTICHE DA PADRONEGGIARE NEL TELEMARKETING

5 **INTERCALARE**

Gli intercalari, nel gergo del telemarketing, di fatto, inseriscono esclamazioni o modi di dire nel corso di una telefonata.

GROSSO ERRORE!

Seppur, quasi sempre, il consulente telefonico nemmeno se ne rende conto, l'interlocutore le ascolta e le intende come di forme di timidezza o insicurezza, creando disturbo e distrazione dal nostro obiettivo di vendita.



CARATTERISTICHE PARALINGUISTICHE DA PADRONEGGIARE NEL TELEMARKETING

6 PRONUNCIA E INFLESSIONE VERBALE

Ambedue di fondamentale importanza per l'interlocutore. Infatti, questi due strumenti, creano in prima fase l'idea che l'interlocutore si fa dell'immagine professionale dell'azienda che lo sta contattando. Quasi sempre, quindi, è importante che il consulente sia libero da qualsiasi influenza dialettale. In alcuni casi (si pensi alla vendita di prodotti/servizi altamente legati a un territorio specifico), leggere inflessioni possono essere rassicuranti circa la veridicità del messaggio (teleselling).



ACUS ITALIA: CALL IS OPPORTUNITY

**TI PIACEREBBE LAVORARE IN ACUS ITALIA?
CONTATTACI O INVIACI IL TUO CURRICULUM!**



ACUS
CALL IS OPPORTUNITY

349 334 1186

info@acusitalia.com

www.acusitalia.com

VIA A.GRAMSCI

87064

CORIGLIANO-ROSSANO