

TECNICA DE RECRUTAMENTO: ANALISANDO O RECRUTAMENTO PARA PROFISSIONAIS DE TELEMARKETING

Antônia Maria Gimenes¹; Renato Nogueira Perez Avila²;
Bruna Caetano Da silva³; Dauane Fernanda de Barros Neves⁴;
Helida Flavio de Almeida Coelho⁵; Vânia de Paula Braga⁶

RESUMO

O Recrutamento de profissionais é uma atividade desenvolvida pelo profissional de Gestão de Pessoas e tende a procurar candidatos que possuam competências para assumir a responsabilidade de gerar um trabalho eficiente que contribua para os resultados positivos da empresa. Os profissionais de telemarketing devem possuir várias competências para atuar com responsabilidade e comprometimento, exercendo um trabalho voltado para a satisfação do cliente, atingimento de metas e fornecer um atendimento cordial durante as ligações. O artigo tem como objetivo relatar as técnicas utilizadas pelos profissionais de Gestão de Pessoas no recrutamento de tais profissionais, quais os desafios que devem ser superados e como se encontra nos dias atuais o serviço prestado por estes profissionais.

Palavras-chave: Recrutamento, Gestão de pessoas, profissionais de telemarketing.

ABSTRACT

The Professional Recruitment is an activity developed by the Personnel Management professional and tends to seek candidates who possess skills to take responsibility for generating efficient work that contributes to the positive business results. The telemarketers must possess various skills to act with responsibility and commitment, playing a work focused on customer satisfaction, achieving goals and provide a friendly service during calls. The article aims to report the techniques used by professional Personnel Management in the recruitment of these professionals, what challenges must be overcome and how it is nowadays the service provided by these professionals.

Keywords: Recruitment, Managing people, telemarketers.

¹Graduada em Administração, Especialista em Gestão de Negócios e Coordenadora dos cursos de Tecnólogos da INESUL, incluindo o Tecnólogo em Gestão de Recursos Humanos, ²Graduado em Tecnologia em Processamento de Dados, Graduado em Licenciatura Plena em Informática, Especialista em Ciência da Computação e Mestre em Telecomunicações, docente de vários cursos de Graduação da INESUL, ^{3,4,5,6}Discentes do Curso de Tecnólogo em Gestão de Recursos Humanos.

INTRODUÇÃO

A gestão de Pessoas é uma nova denominação ao termo (RH) Recursos Humanos que deve-se a evolução na visão organizacional das Empresas devido ao efeito da globalização da Economia, evolução das comunicações, ao desenvolvimento tecnológico e a competitividade, entre outros fatores. Dentro da Gestão de pessoas uma das atividades desenvolvidas é o recrutamento.

“Passa-se, então, ao recrutamento, que consiste num processo que visa atrair os candidatos potencialmente qualificados e capazes de ocupar cargos dentro da organização”. (Gil, 2006)

O recrutamento de profissionais é um dos passos iniciais na busca de candidatos que atendam aos requisitos que a Empresa necessita para formação de uma equipe.

Para analisar melhor as características dos candidatos as vagas, é comum as Empresas aplicarem técnicas de recrutamento e seleção para atrair e direcionar as pessoas e para desenvolver as funções na área de atuação profissional que se encaixe melhor as qualidades e habilidades de cada um.

Empresas de telemarketing tem a difícil tarefa de buscar profissionais com características para a função de atendimento telefônico, as quais seriam, possuir facilidade de aprendizado, ser determinados, ter capacidade para administrar o tempo, aprender com facilidade, e, para ser um bom profissional de telemarketing, também deve-se gostar e saber trabalhar em equipe, além de possuir empatia.

Os profissionais de telemarketing expressam por meio da voz todo o serviço que a Empresa tem a disponibilizar aos seus clientes, são responsáveis por garantir a satisfação do mesmo para que adquiram o produto ou serviço ofertado pela Empresa e também para fidelizar o cliente e fazer o serviço de pós venda.

Este artigo aborda as técnicas utilizadas para o recrutamento dos profissionais que atuam na área de telemarketing, os tipos de técnicas que o departamento de Gestão de Pessoas procura e quais os tipos de seleção são feitos pelas Empresas do ramo de telecomunicações, deve relatar também sobre os perfis de profissionais que atuam nesta área que é muito criticada por fornecer um serviço que muitas vezes não consegue bons resultados para atingir a satisfação do cliente. Também será feita uma análise dos desafios que devem ser superados e como se encontra nos dias atuais o serviço prestado por estes profissionais.

O tema abordado relata uma área profissional de extrema importância na vida de todas as pessoas que em qualquer momento de suas vidas necessitem da prestação de serviço de tais profissionais para adquirir um serviço ou um bem, para tirar dúvidas, expressar sugestões, reclamações, e ter informações específicas. Faz-se interessante ter conhecimento das técnicas utilizadas pelo gestor de pessoas e como são recrutados tais profissionais.

DESENVOLVIMENTO

O Telemarketing e sua evolução

O telemarketing é uma área de extrema importância em muitas empresas, sendo considerada a área de gestão de relacionamento com o cliente.

As empresas a procura de novas estratégias para se aproximar dos clientes e manter o contato, substituindo a visita porta a porta por vendedores e buscando economia de deslocamento e combustível, desenvolveram em meados da década de 80, com influência e reflexo da grande Crise do Petróleo novas técnicas de negócios realizados a distância por telefone.

Segundo o Glossário, “Telemarketing é o conjunto de estratégias de divulgação e venda de produtos e serviços pelo telefone. Ele pode ser ativo ou receptivo. O telemarketing ativo, define ações em que o vendedor dos produtos ou serviços entram em contato com os clientes para oferecer-lhes algo, funciona de duas maneiras básicas: o business-to-business (na realização de negócios entre empresas) e business-to-customer (no varejo)”.

Desde seu surgimento até os dias atuais, o Telemarketing sofreu grandes transformações. Na sua primeira fase, o Telemarketing se destacava como um Telemarketing ativo, as vendas feitas por telefone e oferta de produtos, dispensando os gastos com deslocamento e vendedores presenciais. As pesquisas sobre as preferências dos consumidores ganharam grande destaque através as ações de Telemarketing. A segunda fase que ocorreu em meados da década de 90, o Telemarketing passa a ter uma transformação com o crescimento do Telemarketing receptivo, característico dos SACs (serviço de atendimento ao consumidor), para cumprimento de exigências legais. Este período se caracteriza por uma grande insatisfação com o serviço de Telemarketing pelos consumidores, grande número de reclamações devido a falta de qualificação com a

prestação de serviço e baixa capacidade dos profissionais da área. Já no final dos anos 90, com a crescente competitividade entre as empresas, a importância da área de Telemarketing e melhor qualificação de seus profissionais passam a ser exigência na atuação das empresas e fator de destaque entre os concorrentes. Além disto, o perfil dos consumidores também sofreram modificações, ficando estes, mais exigentes, informados e seletivos. As inovações tecnológicas relacionadas a telefonia, a informatização dos sistemas, o uso de equipamentos mais modernos, automação, utilização mais eficiente de tecnologias caracterizam esta fase de desenvolvimento e maior capacitação a área de Telemarketing. Nos anos 2000, o Telemarketing ganha destaque nas organizações como resultado das privatizações no setor de telecomunicações, a disputa entre as organizações pela fidelidade e satisfação dos clientes e com as implementações de CRM (Customer Relationship Management), termo usado para o gerenciamento do relacionamento com o cliente. Na fase atual, o Telemarketing utiliza-se de canais de relacionamento desenvolvidos pela internet, formulários web, utilização das redes sociais, chats, crescente contato por e-mails, com o objetivo de conhecer melhor as necessidades do cliente, reter e satisfazer os clientes, gerando um relacionamento mais duradouro.

O recrutamento dos Profissionais de Telemarketing nos dias de hoje demonstra que por ser um setor que não exige experiência acaba contratando um número grande de jovens na média dos 18 aos 25 anos, muitas vezes como primeira oportunidade de emprego, atraindo inicialmente pela carga horária que é em média de 6 horas por dia, e contrata na maioria pessoas do sexo feminino por causa do horário flexível, por possuírem mais paciência para ouvir com maior atenção e resolverem as situações de conflitos mais rapidamente.

A realidade do setor e suas dificuldades

A área de Telemarketing apresenta uma grande rotatividade, os operadores são pressionados por metas de produtividade, trabalham uma jornada de seis horas, realizando em média 140 ligações com pausa de 15 minutos. As pressões psicológicas

em que os operadores de Telemarketing estão envolvidos, devido a estarem prestando um serviço à distância, resultam em agressões verbais sofridas por estes profissionais e casos de assédio moral que levam muitos destes Profissionais a desenvolverem depressão, síndrome do pânico entre outras doenças.

Na área de Telemarketing constata-se também o recrutamento significativo de tele operador negros, homossexual, transexual e obeso, de acordo com pesquisa de doutorado defendido pela socióloga Selma Venco, na Faculdade de Educação (FE) da Unicamp.

(...) são rejeitados em outros segmentos do mercado de trabalho e acabam migrando para nichos que não exigem uma estética preestabelecida, como o de telemarketing, em que o contato com o público acontece à distância. "A atividade abriga pessoas que, rotuladas, não teriam acesso ao trabalho em lojas, bancos e outros setores que impõem determinado padrão estético. Elas não são reconhecidas por suas qualificações, o que reforça os preconceitos presentes na sociedade de consumo", argumenta. (Venco, Selma).

A perspectiva de permanência de um trabalhador na função de telemarketing é de em média dois anos. Com relação a um plano de carreira tem-se a possibilidade de atingir um cargo de supervisão, onde as metas a serem atingidas são maiores e conseqüentemente também são maiores as pressões psicológicas.

O setor de Telemarketing é o que mais cresce no Brasil. Em matéria que foi ao ar pela rede globo no dia cinco de outubro de 2014 pelo Fantástico, foi feita a denúncia sobre as pressões psicológicas, ao qual, tais profissionais acabam sofrendo.

São denunciadas as pressões que operadores de Telemarketing, citando a empresa Contax e BrasilCenter, sofrem por serem pressionados a baterem metas diárias na retenção de clientes.

A maioria das pessoas que ligam para serviços de Telemarketing tem apenas o contato com a voz dos trabalhadores e não podem ver a pessoa e ter noção dos problemas que quem está do outro lado da linha pode estar sofrendo.

Na matéria é relatada a experiência de uma ex-operadora que teve problemas com as cordas vocais após nove meses de serviço e foi afastada do atendimento ao público.

Além dos prejuízos a saúde, a ex-operadora passou a sofrer bullying, principalmente pelos seus chefes que a apelidaram de “lixo”. Ela procurou ajuda psiquiátrica onde constatou ter desenvolvido síndrome do pânico.

Uma operadora da Contax relata ter tido seu cabelo cortado por um supervisor e outra de ter sido obrigada a parar de amamentar seu filho aos cinco meses por causa de ter que tomar antidepressivo. As operadoras têm apenas cinco minutos para ir ao banheiro e vinte minutos de almoço, uma delas conta ter desenvolvido infecção urinária por causa deste controle no tempo de ir ao banheiro.

Muitas são as histórias de humilhação e uma das mais absurdas que vem ocorrendo é a criação de uma escala de gravidez, a gerência monta uma planilha e organiza uma escala onde as funcionárias deveriam engravidar pela ordem, quem fosse engravidar deveria avisar com seis meses de antecedência, sendo que a prioridade na escala de gravidez era para mulheres casadas e sem filhos. Já as solteiras não poderiam engravidar e as que já tinham filhos teriam que esperar quem não tinha ter filho primeiro. A empresa BrasilCenter responsável por tal barbaridade se sentia no direito de controlar o ciclo menstrual das mulheres que apontavam quando cada funcionária estaria no seu período fértil e interferia de forma abusiva na vida pessoal da funcionárias.

As agressões não se restringem apenas as funcionárias, na matéria também foi citada a humilhação passada por um supervisor numa dinâmica motivacional, onde fizeram com que ele vestisse uma roupa de prisioneiro. Outra funcionária se vestiu de policial militar, e colocaram-no de quatro na frente da equipe inteira, isto porque ele e sua equipe não tinham conseguido bater a meta imposta pela empresa.

A obrigação imposta pela empresa no atingimento de metas resulta em restrições de horários, violência, constrangimento, invasão de privacidade, assédio moral etc. Muitos que entram nas empresas de Telemarketing têm isto como o primeiro emprego, entram cheios de sonhos e acabam saindo traumatizados.

Recrutamento e dinâmica

Durante uma dinâmica para contratação de operador de telemarketing, o entrevistador deve analisar a forma do candidato se comunicar, demonstrando empatia na voz e atitude, analisar também a forma de superação para que não fique desmotivado com a pressão que terá no ambiente de trabalho devido à administração do tempo que lhe é imposto, pois como irá trabalhar em equipe é necessário que tenha rápida adaptação do ambiente de trabalho e aos colaboradores já que há grande rotatividade na empresa.

São feitas algumas dinâmicas de grupo durante o recrutamento destes Profissionais, por exemplo, põem-se duas pessoas, uma de costas para outra, a primeira deve simular o atendimento fazendo papel do cliente, enquanto a outra simula ser o atendente, assim o recrutador analisa a criatividade, a dicção, a maneira da pessoa se comportar, as habilidades e se a pessoa realmente possui características relativas ao cargo.

No Recrutamento de profissionais para o Telemarketing o Colunista Eduardo Varela atual Diretor de Operações e Planejamento em Contact Centers e atual Colunista no RH Portal lista sete competências mais desejadas por um agente de atendimento:

- Comunicação – primordial para tal função no qual deve apresentar uma dicção clara e objetiva, além de possuir o famoso “sorriso na voz”;
- Empatia – entender as necessidades dos clientes e propor soluções.
Administração do tempo – ser rápido no atendimento sem perder a qualidade e deixar de satisfazer o cliente;

- Capacidade de superação – apesar das pressões da profissão ser capaz de estar sempre motivado e disposto a vencer novos desafios;
- Resiliência ser capaz de não absorver as ofensas que os clientes fazem de forma pessoal;
- Trabalho em equipe – estar sintonizado com os indicadores de performances que são coletivos;
- Atitude – atitude está em agir e romper barreiras, ter comportamentos positivos para superar novos desafios.

CONCLUSAO

A Gestão de Pessoas tem o desafio de encontrar nos Mercados Profissionais aptos para desenvolver determinadas funções com responsabilidade, ética e comprometimento. No Telemarketing é necessário analisar a forma que o candidato se comporta durante a entrevista ou dinâmica para ter certeza de que é a pessoa certa para ocupar o cargo. Desta forma, é importante também que o entrevistador avalie o estado emocional e psicológico, pois se irá trabalhar sobre pressão é necessário ter a saúde mental em bom estado.

Como as empresas de Telemarketing ainda existem em grande número, já não mais terão que encontrar outros meios para buscar novos colaboradores, já que sua imagem está denegrida com tantas denúncias de abusos e assédio morais sofridos pelos mesmos. O setor apresenta alto índice de rotatividade, por empregar pessoas que entram nas empresas como primeiro emprego, mesmo tendo o treinamento dos profissionais, ainda é insuficiente para reter o funcionário e para que ele tenha motivação suficiente para manter a produtividade no atendimento.

Contudo pode se concluir que as técnicas de Recrutamento não são falhas, mas quando um colaborador termina o processo de integração e inicia realmente o trabalho de Operador de Telemarketing, as pessoas se deparam com uma realidade totalmente diferente do sonho inicial. Embora as empresas tenham plano de carreira, a maioria não consegue, por exemplo, de operador subir para um cargo de supervisor, pois as exigências são severas e existem pessoas influentes que acabam por interferir.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Rio de Janeiro: Campus, 2000. *GIL, Antonio Carlos. **Gestão de Pessoas. Enfoque nos Papéis Profissionais***. São Paulo: Atlas, **2006**. MARRAS, Jean Pierre.

http://www.rhportal.com.br/artigos/rh.php?idc_cad=bwfp8ppz<acesso em 04 out. 2014>

<http://g1.globo.com/fantastico/noticia/2014/10/funcionarios-do-setor-de-telemarketing-relatam-serie-de-abusos.html><acesso em 05 out. 2014>

http://www.unicamp.br/unicamp/unicamp_hoje/ju/fevereiro2007/ju349pag04.html
<acesso 29 set. 2014>

<http://www.administradores.com.br/artigos/marketing/0407-dia-do-operador-de-telemarketing-uma-em-cada-quatro-vagas-de-trabalho-e-ocupada-por-agentes-de-atendimento/14122/><acesso 29 set. 2014>

<http://conquist.com.br/artigos-e-pesquisas-gratuitos/item/42-artigos-sobre-marketing-crm-vendas-pessoais-atendimento-e-web-call-center/163-a-historia-do-telemarketing-e-call-center-da-fase-artesanal-ao-canal-de-relacionamento><acesso 28 set. 2014>

http://www.rhportal.com.br/artigos/rh.php?idc_cad=bwfp8ppz - **Recrutamento e Seleção para telemarketing – As sete habilidades desejáveis**<acesso 06 out. 2014>