

Valladolid



Andrés Macario, trabajando en su despacho. A.MINGUEZA

compartir

Me gusta 10

Twitter 5

+1 2

Pin it

meneame

Imprimir

Andrés Macario: "La base del éxito de Vacolba es la profesionalidad y la calidad de nuestros empleados"

ENTREVISTA. La empresa vallisoletana Vacolba Telecomunicaciones ha consolidado su posición como socio de Movistar en la venta de sus productos. Recientemente ubicada en pleno corazón de Valladolid, en la calle Santiago, afronta interesantes proyectos de la mano de su consejero delegado, Andrés Macario.

21.06.2015 | F.A.Carreras



EL PROYECTO DE LA ESCUELA DE TELEOPERADORES

"Apostamos por una preparación específica para el puesto de teleoperador que permita aumentar la calidad de un servicio prestado por especialistas. De esta forma, conseguiremos que sea un puesto con el prestigio que merece. Creemos que cada vez más empresas van a demandar este asesoramiento especializado para la venta de sus productos. Es un canal que se va a consolidar cada vez en más sectores. De hecho, a nivel internacional, ya se ha introducido este modelo en el sector del lujo. Si conseguimos que se dé al servicio el reconocimiento a nivel premium por los resultados que puede retomar, a nivel cuantitativo y cualitativo, podremos configurar un puesto de mayor calidad. Nuestro proyecto es poner en marcha ese círculo virtuoso".

TRIBUNA VALLADOLID. ¿Cómo explica el crecimiento de su compañía durante los peores tiempos de la crisis. La clave se asentará en una buena gestión?

ANDRÉS MACARIO. Vacolba Telecomunicaciones nació en 2006, justo antes de que comenzara la crisis. Su crecimiento se ha producido en años en los que esa crisis ha afectado a la mayoría de empresas y sectores en España. Es cierto que durante este tiempo hemos tenido que cambiar varias veces de sede para ampliar nuestras instalaciones y hemos consolidado nuestra posición de socio de Movistar para la venta de sus productos. Creo que la clave de nuestro crecimiento ha sido nuestro foco en los resultados, la excelencia en el desempeño y la flexibilidad en la implementación de las acciones. Hemos dado con un modelo de negocio que ha aumentado de forma significativa los resultados de venta incluso en una época de constricción del mercado. En época de crisis no hay que tener miedo a emprender cuando crees en el proyecto, en lo que ofreces o vendes, si cubres un nicho o haces algo de forma diferente.

TV. ¿En qué se diferencia Vacolba del resto de empresas del sector?

AM. Toda la empresa está volcada al cliente y a la excelencia en los resultados. Marcamos unos objetivos a los que no renunciamos, no importa lo complicados que parezcan. Esto implica entusiasmo en lo que hacemos y gran flexibilidad. En una hora somos capaces de implementar cambios tácticos y en 24 horas poner en marcha una nueva campaña o responder a cambios de orientación estratégica. Creo que nuestra actitud es lo que realmente nos diferencia. Una actitud que nos lleva a buscar la mejora continua a través de la implementación de

procesos, las nuevas tecnologías, la monitorización constante y detallada de nuestra actividad y la formación aplicada.

TV. Imagino que el camino hacia el éxito no ha sido nada sencillo.

AM. En Vacolba abordamos constantemente nuevos retos para ofrecer la mejor calidad de asistencia en la venta. Es algo que conlleva trabajar con una compañía como Movistar, líder en telecomunicaciones. Hemos desarrollado una estrategia de ventas innovadora con la que logramos unos resultados excelentes. La base de todo en Vacolba (www.vacolba.es) es la calidad y la profesionalidad de nuestros empleados. Para el departamento de ventas buscamos teleoperadores a quienes guste este trabajo, que tengan aptitudes para la venta y quieran comprometerse con la empresa. Por eso en Vacolba somos los primeros en comprometernos con nuestros empleados, ofreciendo, por ejemplo, formación remunerada desde el primer día.

TV. ¿Cómo es el diseño de su estrategia de ventas?

AM. El modelo de negocio de Vacolba está orientado a resultados de venta. Esto es así porque nos comprometemos plenamente con los resultados de nuestro socio, Movistar, y porque es la única forma en que entendemos ser partner de ventas. Combinamos marketing online con la venta asistida por teléfono. Ofrecemos los productos en nuestra página web www.ofertamovistar.es y vendemos a través de nuestro Contact Center. De esta forma, captamos al cliente potencial en el momento en que se interesa por el producto, cuando está predispuesto a realizar una compra, y le ofrecemos que contacte con Vacolba. Esto significa que todos los clientes que atendemos en nuestra plataforma han mostrado interés por nuestros productos. Nunca llamamos a clientes que no lo han solicitado.

TV. ¿Y cómo es su modelo de negocio?

AM. Un modelo que combina marketing online y telemarketing, que crece a medida que aumenta el uso de internet. El consumidor está sobre-informado, y a menudo confuso. La venta asistida por teléfono adquiere valor para este consumidor. Los agentes de ventas son expertos y ayudan al consumidor a tomar la decisión, de forma objetiva y honesta. Los controles de calidad de la atención, en este sentido, son exhaustivos. De esta forma, la venta asistida por un contact center acorta el proceso de decisión de compra, por lo que aumenta la eficiencia de la inversión en ventas y marketing.

"Captamos al cliente potencial en el momento en que se interesa por el producto, cuando está predispuesto a realizar una compra, y le ofrecemos que contacte con Vacolba"

TV. ¿Qué relevancia tiene el papel del teleoperador?

AM. Los teleoperadores tienen el contacto directo con el consumidor final, son los responsables de cerrar la venta, la culminación de un proceso complejo. La asistencia por parte de la empresa es importante: La captación de un lead (como llamamos a los contactos) interesado en el producto en un momento de madurez de su decisión de compra, así como las herramientas de información y argumentación que se ponen a disposición del agente. Pero aun así, de una escucha adecuada sobre las necesidades del usuario y de un asesoramiento de calidad sobre las soluciones que mejor se adapten, puede depender que el consumidor se decida finalmente por nuestro producto y cerremos la venta. Así que el papel del teleoperador es muy importante. Y no es un trabajo fácil, requiere aptitud para la venta, es decir, competencias comerciales-, pero también una adecuada formación y actitud. La actitud es fundamental en Vacolba, y en general para las ventas. En Vacolba creemos en nuestros

empleados y buscamos en ellos compromiso y entusiasmo por lo que hacen. Además, Vacolba apuesta por el empleo de calidad, lo que implica buscar a los mejores profesionales y fomentar la estabilidad en la empresa.

TV. ¿La formación de los teleoperadores forma parte de la cultura de Vacolba?

AM. En efecto. Los teleoperadores cuentan con formación remunerada desde el día que se incorporan a la empresa. Formación sobre el producto, las técnicas de venta, la calidad y transparencia en la oferta, la dinámica comercial de la empresa y la cultura de nuestra compañía. Además reciben formación continua adaptada a las posibilidades de mejora de cada uno en el desarrollo de su trabajo. Es verdad que la mayoría de los agentes de ventas que se incorporan a la empresa tienen experiencia en venta asistida a través del teléfono. Por eso nuestro reto ahora es formar a personas que cuenten con aptitudes para la venta pero no tengan experiencia específica en el puesto. Es nuestro proyecto de Escuela de Teleoperadores. Actualmente estamos aún en fase de búsqueda de un socio para desarrollar este proyecto. Nosotros somos expertos en contact center y en asesoramiento dirigido a la venta a través de teléfono, y queremos contar con un socio que sea experto en formación para completar esta iniciativa con la excelencia que creemos nos caracteriza.

TV. ¿Un trabajador de Vacolba tiene posibilidades de crecer dentro de la empresa?

AM. La promoción interna en Vacolba es posible y se fomenta el desarrollo profesional de nuestros empleados. El Contact Center cuenta con una estructura con varios niveles. La persona responsable de ventas actualmente en el contact center, por ejemplo, comenzó como teleoperadora, al igual que casi todos los supervisores.

TV. Caminan hacia un marco de empleo de calidad dentro de su sector.

AM. La última prueba de ello ha sido nuestra reciente apertura de la nueva sede en la calle Santiago de Valladolid. Creemos que una ubicación céntrica favorece los accesos diarios al puesto de trabajo, especialmente en turnos que se prolongan hasta las diez de la noche. Hemos acondicionado el edificio con las mejores condiciones de iluminación y climatización, procurando zonas de confort para trabajar. Buscamos la estabilidad en el empleo, personas que se comprometan y puedan hacer carrera en Vacolba. En este sentido, queremos hacer del puesto de teleoperador el de un profesional especialista, frente al de una ocupación pasajera. Es uno de los principales objetivos del proyecto de Escuela de Teleoperadores en el que estamos trabajando.