

A GESTÃO DE PESSOAS NA ÁREA DE *TELEMARKETING* E O PROCESSO SELETIVO

Aline de Souza de ANDRADE¹; Rachel Helena Nicolella BALSEIRO²

¹ Centro Universitário Lusíada – Curso de Administração, alineh.andrade@hotmail.com;

² Centro Universitário Lusíada – Curso de Administração, rachelbalseiro@yahoo.com.br

Introdução

A competição das empresas no mercado está cada vez mais acirrada, o *telemarketing* vem para alavancar as vendas dos produtos e/ou serviços e aumentar a eficiência da relacionamento com os clientes. Para o *telemarketing* ocorrer de forma eficaz, o gestor deverá compreender a dinâmica como um todo, desde traçar o perfil do colaborador para o anúncio da vaga, até as maneiras de como motivar, proporcionar o alinhamento dos objetivos pessoais com os objetivos empresariais e o desenvolvimento do desempenho da equipe a partir do *feed back*. A gestão de pessoas neste contexto é de suma importância, pois essa função gerencial torna-se fonte de vantagem competitiva quando bem formulada e executada.

O objetivo geral é de analisar a necessidade de reforçar a performance dos gestores no setor e promover a administração de carreira para os colaboradores, com o intuito de haver uma melhoria da área, resultando em uma carreira profissional valorizada.

Telemarketing

Vantagens

- Flexibilidade: as operações são desenvolvidas em um curto período de tempo;
- Quantidade: grande volume de dados coletados,
- Redução de custos: os custos para a estrutura de uma loja física são maiores do que o custo de comissão e da logística do telemarketing;
- Comodidade para ambos os lados;
- Maior raio de atuação;

Desvantagens

- Alto nível de insistência pelos operadores;
- Não permite conversas longas;
- Percepção de uma operação mecânica;
- Perda do contato humano;
- Clientes reativos (falta de paciência);

Gestão de Pessoas

Bulgavoc (2006) define o gestor de pessoas como responsável pela função gerencial que visa à cooperação das pessoas que trabalham nas empresas para o alcance dos objetivos tanto organizacionais quanto individuais, buscando desenvolvimento e aproveitamento do potencial humano para desenvolver a empresa.

Uma das diferenças entre o sucesso e o fracasso empresarial passou a ser determinado pela forma como as organizações selecionam, treinam e gerenciam seus colaboradores.

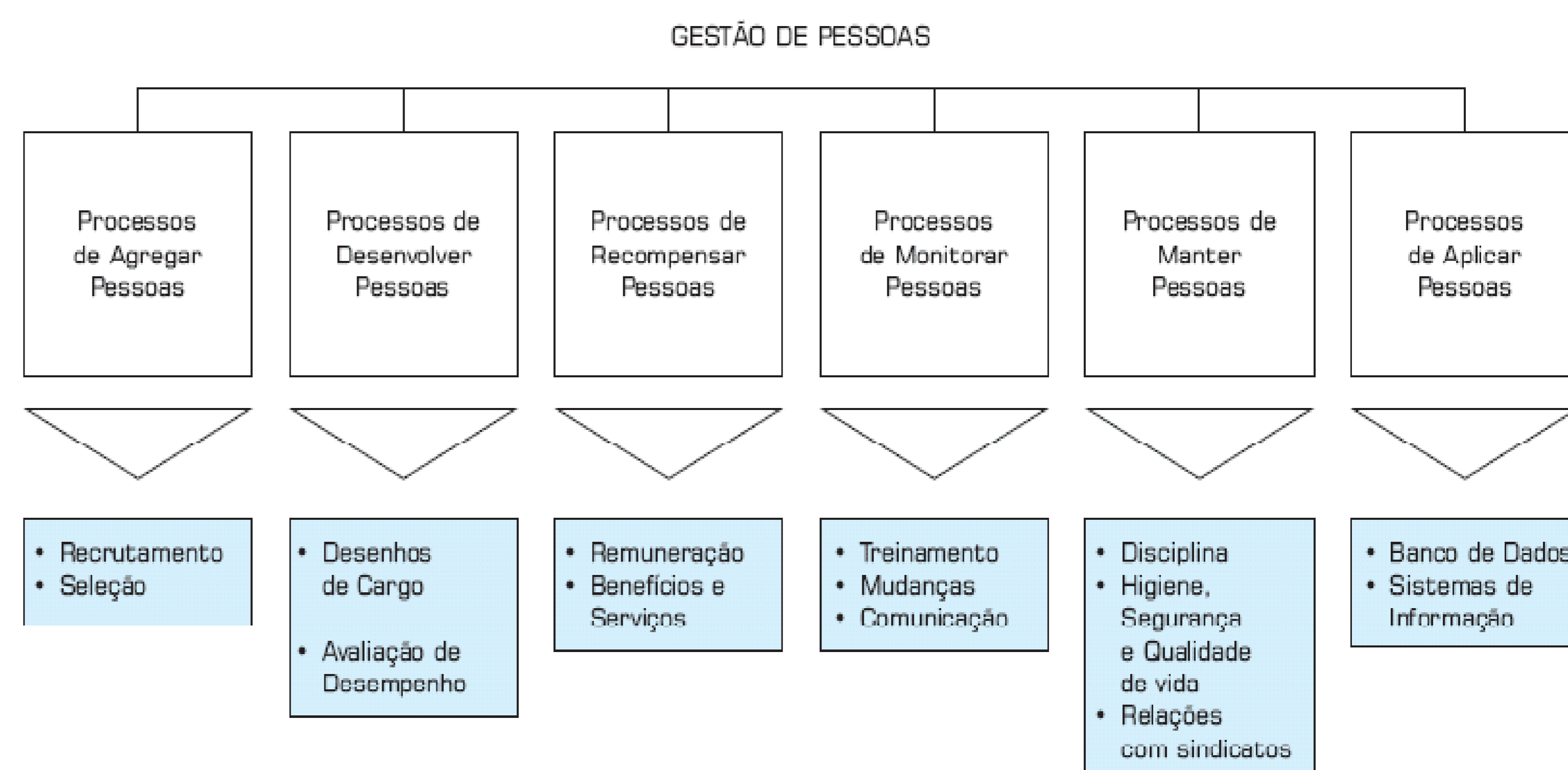
Processo Seletivo

O processo seletivo visa avaliar os candidatos para uma determinada vaga, identificando as habilidades, características, competências, perfil para ocupar o cargo disponível (CHIAVENATO, 2009). No geral o processo seletivo para a área de telemarketing é feito a partir do anúncio das vagas em site de busca de empregos e por indicação de colaboradores que já estão no ramo.

Promoção

Centro Universitário Lusíada – UNILUS
Programa de Pós-Graduação, Pesquisa e Extensão do UNILUS - PPGPE
Comitê Institucional de Iniciação Científica do UNILUS - COIC
Núcleo Acadêmico de Estudos e Pesquisas em Educação e Tecnologia do UNILUS - NAPET

Figura 1 - Os Processos de Gestão de Pessoas



Fonte: CHIAVENATO, 2009.

Considerações Finais

O conhecimento do telemarketing e da gestão de pessoas ao se unirem, mostram uma força no mercado competitivo e necessidade de mudança na atual forma de gerir pessoas, pois até o presente momento a profissão é vista como um emprego temporário, trampolim, seja por ser o primeiro na vida do profissional, ou pela flexibilidade de horários ou pelo salário e benefícios compatíveis com a exigência de qualificação, habilidades para exercer a função (MOCELIN; SILVA, 2008).

A pesquisa do assunto proporcionou uma visão da quantidade de colaboradores que há no setor, como estes se sentem em relação a sua carreira, como a gestão de pessoas pode ser uma aliada para prestar um serviço de qualidade.

Para a administração, o tema mostra as mudanças que estão ocorrendo tanto na maneira como é aplicada a gestão de pessoas quanto no desempenho da função, onde o administrador deverá ter conhecimento das práticas que são aplicadas e que este setor é promissor, devido às mudanças que ocorrer no mercado competitivo a cada ano, no qual reflete em uma necessidade de melhoria do serviço prestado, onde poderá ser incrementados benefícios aos profissionais da área, como plano de carreira e melhores salários que irão valorizar consequentemente a profissão, a qualificação, o processo seletivo e o desempenho das empresas.

Referências bibliográficas

- BARTKI, Paula Izabela Nogueira. Operador de Telemarketing. 2012. Disponível em: <http://200.17.98.44/pronatec/wp-content/uploads/2012/07/ot.pdf>. Acesso em: 13 jul. 2015
- BULGACOV, Sergio. Manual de Gestão Empresarial. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006. 380 p.
- CHIAVENATO, Idalberto. Recursos Humanos: O Capital Humano das Organizações. 9. ed. São Paulo: Elsevier - Campus, 2009. 522 p. Disponível em: <https://www.google.com.br/search?q=gestão+de+pessoas+como+diferencial&biw=1280&bih=611&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0CAYQ_AUoAWoVChMIkNTq_--hxwIVQoCQCh3n3gl5#tbm=isch&q=atividades+da+gestão+de+pessoas&imgsrc=XHC8k4ZmDnXP-M:>. Acesso em: 9 ago. 2015.
- MOCELIN, Daniel Gustavo; SILVA, Luis Fernando Santos Correa da. O telemarketing e o perfil sócio-ocupacional dos empregados em call centers. Caderno Chr, Salvador, v. 21, p.365-387, ago. 2008.

"A liderança, e não a capacidade administrativa, será o modelo mais valioso para o exercício do amanhã." (Lester Korn).