

Opérateur/-trice de call center



Nature des tâches

Les entreprises qui ont recours aux call centers sont par exemple les banques, les sociétés d'assurance, les maisons de vente par correspondance, les entreprises dans le domaine du tourisme, les entreprises de télécommunications, les maisons d'édition.

Les opérateurs de call centers sont en contact téléphonique avec le client, soit dans le cadre d'un call center externalisé qui travaille pour différentes entreprises, soit dans un service interne à l'entreprise. Leur poste de travail est équipé de façon moderne avec un PC et une installation téléphonique qui lui est relié. Ils prennent les appels, informent les clients sur les produits, prennent des commandes mais aussi traitent les réclamations, ont une action de support. Ils visionnent à l'écran les informations nécessaires. Il leur arrive aussi de contacter les clients ou les clients potentiels, d'interroger les gens pour des études de marchés ou des sondages d'opinion, de mener des argumentaires de vente ou de publicité. Même dans les situations les plus difficiles ils restent calmes et donnent les informations de façon aimable. Ils ont des objectifs à atteindre, ce qui suppose une bonne gestion de leur temps (pas de bavardage inutile au téléphone) et une certaine pression qu'il convient de supporter efficacement.

Conditions d'admission

Apprentissage professionnel, maturité ou études achevés. Connaissances de base en informatique, langues étrangères. Une expérience dans la vente est préférable.

Voix agréable, goût pour la communication, le contact humain, rapidité d'esprit, résistance, sens du travail en équipe, de la performance, flexibilité (les horaires de travail sont irréguliers ; dans certains endroits on travaille par roulements d'équipes).

Formation

Variable selon les organismes de formation :

a) formation par modules

b) Cours en journée ou le soir de 7 semaines en cours d'emploi.

Les grandes entreprises forment elles-mêmes leurs collaborateurs.

Différents instituts proposent la formation avec diplôme SIZ. Conditions d'admission à l'examen : apprentissage professionnel achevé, de préférence dans une branche commerciale, la vente ou les télécommunications, expérience professionnelle, bonne connaissance d'utilisation des PC. Si possible expérience du contact client.

Perspectives

Perspectives : superviseur/-euse de call center (chef/-fe d'équipe), directeur de call center.

Examen professionnel de technicien/-ne en marketing ou assistant/-e en marketing direct.