

## DIAL TELECOM

# O (inter)față umană între clienți și tehnologie

Primul lucru pe care l-am simțit când am intrat în Dial Telecom a fost o senzație de lumină și căldură. Apoi am văzut logo-ul firmei, afișat la recepție - „Tehnologie cu față umană”. „Aha, acesta trebuie să fie motivul”, m-am gândit. Multe ferestre, pereți care, atunci când există, sunt de sticlă, mobilier strălucitor și, mai presus de toate, figurile zâmbitoare sunt sursa acestei atmosfere primitoare. 28 de... fețe umane, nu de roboței care aplică pe nemestecate niște proceduri de lucru.

Adrian Bujenită

### La Dial Telecom lucrează oameni de... valori

De unde acest slogan? am întrebat. Mi-a răspuns chiar Florin Furdui, Managing Director Dial Telecom: „Am ajuns la el în momentul în care am pornit la drum. Asta este ceea ce ne diferențiază pe noi în piață. Am căutat acea poziționare care să fie reprezentată prin sloganul nostru și care să reflecte valorile și principiile în funcție de care ne desfășurăm activitatea. Noi ne dorim să fim cei care înțelegem cel mai bine necesitățile clientului și, prin soluțiile pe care le furnizăm, să ne adaptăm cel mai bine doleanțelor acestuia. Nu dorim să fim neapărat cei mai inovativi din punct de vedere tehnologic sau cei mai extinși din punct de vedere geografic”.



Florin Furdui, Managing Director

Dial Telecom a pornit la drum în 2001, când un grup de investitori cehi au căutat în România câteva persoane cu spirit antreprenorial care să se simtă în stare să pună bazele unei companii furnizoare de servicii de telefonie și internet (firma exista deja în Cehia și în Slovacia). Au găsit trei oameni, iar printre ei se afla și Florin Furdui. La sfârșitul lunii mai-începutul lunii iunie 2001 (pe 1 iunie), a avut loc lansarea oficială a firmei, când s-au semnat și primele contracte și au apărut primele produse Dial Telecom. Tot atunci s-au făcut și primele recrutări, proces la care a participat - și participă și acum - și Florin Furdui. Ceea ce caută el în primul rând la cei care aplică pentru un post la Dial Telecom este atitudinea și modul în care reușesc să-și asume valorile firmei: clientul pe primul loc, profesionalism, integritate, calitate și comunicare deschisă. Adevărul e că nu prea ai cum să nu-ți asumi aceste valori, de vreme ce ele sunt afișate pe absolut toți pereții de sticlă despărțitori - atâția câți sunt - din firmă. „Este proiectul meu. Transparență, integritate și calitate este ceea ce transmite acest spațiu”, se mândrește Florin Furdui. Mai mult, o dată recrutat, fiecare nou angajat al Dial Telecom intră într-un program de induction, în care, pe parcursul a două săptămâni, este introdus în fiecare departament, are discuții cu fiecare manager în parte și se familiarizează cu modul de lucru din companie.

### În prima linie

Carmen Vasilescu, Sales Manager, face parte din noii veniți în Dial Telecom - șase luni - suficient cât să beneficieze de acest *Induction Program*, dat fiind faptul că acesta este un instrument relativ nou în com-



Carmen Vasilescu, Sales Manager

panie. A venit aici pe poziția de Indirect Sales Manager, tot din domeniul telecomunicațiilor, așa că background-ul de cunoștințe tehnice necesar îl avea deja. „Probleme de acomodare nu am avut, pentru că așa ceva nu există în Dial Telecom”, mărturisește ea. Și adaugă că de acest program de familiarizare cu Dial Telecom au parte toți cei care vin aici, indiferent de nivelul decizional la care se află.

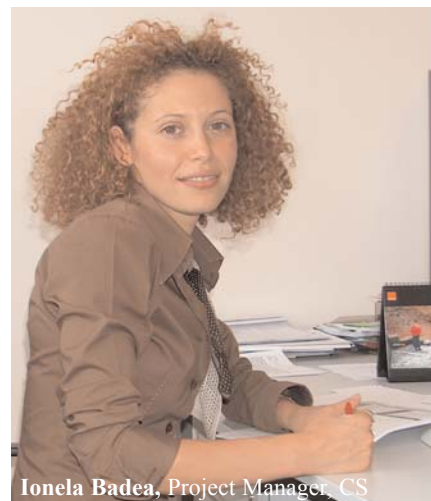
Carmen Vasilescu coordonează o echipă de cinci oameni. Deocamdată. Până la sfârșitul lunii octombrie, numărul va crește la zece. Ca suport logistic, cu toții vor beneficia de transport asigurat, computer, telefon mobil și un mediu de lucru excelent, adică instrumentele indispensabile unui om de vânzări. Iar cei care vor vinde mai mult și mai bine o să se plimbe... mult și bine, pentru că, semestrial, cei mai buni oameni de vânzări sunt premiați cu excursii în care își pot lua și partenerul. Iar ca să fie și mai performanți, oamenii din departamentul condus

de Carmen Vasilescu vor intra, în luna noiembrie, într-o nouă sesiune de training, furnizat[ de un consultant extern. Își vor perfecționa aici tehnicile de vânzare, de negociere, de prezentare, time management, organizare etc.

Cei care doresc să se alăture echipei de vânzări din Dial Telecom trebuie să aibă cu siguranță multe calități. „Hotărâre, perseverență, tenacitate. Dacă ai încredere în tine și consideri că produsul pe care îl vinzi este unul dintre cele mai bune de pe piață, cu siguranță vei avea succes în ceea ce faci. Dorim persoane tinere, entuziaste, cu spirit de răspundere și profesionale”, schițează Carmen Vasilescu portretul celui pe care și l-ar dori în echipă.

### Vocea Dial Telecom

Sunați la Dial Telecom, dar formați numărul greșit. O voce foarte plăcută vă va atenționa că numărul apelat nu există. Este vocea Ionelei Badea, Project Manager al departamentului de Customer Service. Lucrează aici de doi ani și are în echipă, spune ea, „două fete drăguțe și zâmbitoare”. Și, dat fiind faptul că departamentul de Customer Service este cel care intermediază relația dintre firmă și clienți, nici nu au cum să fie altfel. Cele două fete „drăguțe și zâmbitoare” au trecut și ele printr-un program de training de trei luni, furnizat chiar de Ionela Badea. Venind dintr-o companie mult mai mare, cu proceduri și reguli foarte stricte care, pe de o parte, pot ușura munca, dar, pe de altă parte, impun șabloane și schematicism, Ionela Badea a fost plăcut surprinsă să găsească la Dial Telecom o mai mare libertate și diversitate a acțiunilor. Totuși, spune că, acum, firma crescând și la fel și numărul de clienți, anumite proceduri sunt necesare și aici. Mai ales că cei (de fapt, cele) din



Ionela Badea, Project Manager, CS

Customer Service sunt și intermediare între diversele departamente ale firmei. Și, inevitabil, pot apărea unele fricțiuni. „De pildă, clientul poate avea o cerință. Suntem destul de flexibili, ne adaptăm noi după client, chiar dacă este o excepție de la regulă. Trebuie să fim foarte deschiși și foarte comunicativi. Este foarte important ca persoana de la Customer Service să fie foarte caldă și zâmbitoare”, povestește Ionela Badea. Iar zâmbetele de la serviciu sunt afișate și la ieșirea la o bere, de după program, în care toate eventualele neînțelegeri din intervalul 9-18 sunt date uitării. „De exemplu, când echipa de Customer Service s-a reîntregit, am ieșit într-un loc plăcut întreg departamentul, unde am reușit «să spargem gheața» primelor zile într-o companie”.

În cazul, puțin probabil, ca cineva comite o greșală - greșește o factură, încurcă un act etc. - se caută motivul, se pune problema ce trebuie făcut ca să nu se mai repete acea greșală și se asumă greșeala. Și, pentru ca eroarea să fie îndreptată - dacă e ceva mai gravă - se cere sfatul lui Călin Nistor.

### BD (și Marketing) în acțiune

Călin Nistor este Senior Director al departamentului de Business Development și Marketing. Este „senior” pentru că este unul dintre veteranii Dial Telecom. Lucrează aici de la 1 mai 2002, iar la momentul actual doar patru colegi sunt mai vechi în firmă decât el. Departamentul pe care îl conduce este format din șase oameni, între aceștia numărându-se și Ionela Badea și cele două fete ale ei. Mi s-a spus despre el că este o persoană foarte deschisă și... așa este. Biroul său are trei pereți de sticlă - bineînțeles, și aceștia având înscrise pe ei valorile companiei - și de acolo le zâmbește tuturor celor care trec prin dreptul său.

Înainte de Dial Telecom, a lucrat în companii mai mari, în care e de presupus că tensiunea era ceva mai mare. „Au existat perioade în care tensiunea a fost mai mare atât acolo, cât și aici, la Dial Telecom. Pentru mine nu a fost o mare diferență, pentru că, în general, eu îmi reglez singur nivelul de tensiune sau de adrenalină de care am nevoie. Dar asta o fac nu numai strict intern, ci și fiind conectat la nivelul de adrenalină al șefului și al colegilor mei”, mă lămurește Călin Nistor. Bineînțeles, am vrut să aflu care este nivelul de adrenalină al șefului, în primul rând. „Destul de ridicat”, răspunde managerul departamentului BD & Marketing. Dar nu din cauza nervo-

zității, ci pentru că și Florin Furdui, și toți ceilalți angajați sunt entuziasmați de ceea ce au de făcut.

Revenind la oamenii pe care îi are în subordine, el i-a selectat pe toți. Pe lângă cunoștințele tehnice minime necesare, fără de care nimeni nu poate spera la un post în Dial Telecom, cei care vor să-l aibă pe Călin Nistor ca șef direct trebuie să dea dovadă de o mare „motivație aspirațională”, cum o numește el. „Deci persoane care vor să crească, să învețe, care nu sunt cantonate într-o zonă foarte îngustă. Nu mă interesează niște specialiști care știu să facă asta și numai asta”.

Călin Nistor, Senior Director, Business Development & Marketing



Pentru ca fiecare manager de departament să se asigure că cei pe care îi are în subordine nu se vor transforma în niște tehnicieni în sensul rău al cuvântului, care să nu mai știe să facă altceva decât lucrul pe care s-au specializat, în Dial Telecom a fost pus la punct un program de management al performanței. Acesta, detaliază Călin Nistor, constă într-o sistem ce conține trei-patru obiective. Gradul în care aceste obiective au fost îndeplinite se monitorizează din șase în șase luni. Dacă ele sunt îndeplinite, pe „fericitul câștigător” îl poate aștepta o promovare sau o reajustare a pachetului salarial, intervine Ramona Bădescu, HR Officer. Dacă nu, se caută motivul neîndeplinirii - dacă este de natură obiectivă sau subiectivă - și fie se reajustează obiectivele, în primul caz, fie se acordă o a doua șansă.

Pe lângă aceste obiective de business, în schema de management al performanței este nominalizat și unul de natură comportamentală, care, spune Călin Nistor, are o

