

# ACCION PROMOCIONAL

Nombre: Samuel rodriguez escobar

Ensayo

Medicina veterinaria t zootecnia



## El Merchandising Directo.

El marketing directo o mercadotecnia directa es una forma de publicidad que implica la entrega de un mensaje inmediato y personal a un grupo de prospectos o clientes.

Aunque en general, este tipo de comunicación no implica un intermediario, sí que se encuentran casos en los que se lleva a cabo a través de una empresa o agencia de comunicación subcontratada.

### Ejemplos de Marketing Directo

El marketing directo puede llevarse a cabo a través de una variedad de canales, ya sean digitales o no digitales. Entre estos están incluidos:

Correos electrónicos

Llamada de teléfono

Cupones

Folletos y catálogos

Mensajes SMS

El mailing es una técnica consistente en envíos de correos comerciales masivos, orientados específicamente a vender. Como quizás ya sepas, el Email Marketing permite alcanzar diferentes objetivos: fidelizar y retener clientes, aumentar el tráfico del sitio y generar más ventas, entre otros.

### ¿Qué es el telemarketing?

El telemarketing es un tipo de [marketing directo](#) que **consiste en la utilización del medio telefónico para conectarse con un [público objetivo](#), con la finalidad de incrementar las ventas de una empresa.**

El uso del telemarketing se suele realizar con **clientes considerados potenciales, cuyos datos se obtienen a través de previos registros realizados por la empresa**, tales como su historial de compras, suscripciones por internet, concursos, entre otros.

Además, suelen venderse bases de datos a empresas, con registros telefónicos de potenciales clientes.

### **Funciones del telemarketing**

Entre las funciones que cumple el telemarketing, podemos destacar las siguientes:

- Es una táctica del marketing para **obtener clientes y dar a conocer nuevos productos**.
- Sirve para **asesorar a los clientes** de una empresa.
- Funciona como **enlace directo entre el cliente y la empresa**.
- Es un **método para publicitar un producto o servicio**.
- Se utiliza para que **los clientes conozcan las promociones** que posee una empresa.

### **Tipos de telemarketing**

El telemarketing puede clasificarse de acuerdo con **su procedencia, estructura o realización**.

#### **Según la procedencia**

- **Entrante o reactivo**: aquel donde el cliente es quien procede a realizar el llamado para pedir información sobre determinado producto.
- **Saliente o proactivo**: cuando es la empresa quien contacta al cliente mediante un teleoperador.

#### **Según la estructura**

- **Interno**: cuando el departamento de telemarketing forma parte de la [estructura organizacional](#) de la empresa.
- **Externo**: cuando una empresa recurre a la subcontratación de otra empresa (terciarización) para llevar a cabo el telemarketing.

#### **Según su realización**

- **Automatizado**: cuando quien se encarga de realizar las llamadas es una máquina que comunica un mensaje automáticamente.
- **Manual**: cuando el encargado de realizar la llamada del telemarketing es un empleado especializado.

## Ventajas y desventajas del telemarketing

### Ventajas

Las principales ventajas del telemarketing son las siguientes:

- Es un **medio directo e interactivo entre la empresa y el cliente**.
- Es **accesible y poco costoso**.
- Obtiene respuestas **inmediatas**.
- La conversación puede ser **medida**.
- Es posible ofrecer la mayor cantidad de **información** acerca del producto que se ofrece.
- Pueden ofrecerse **otros productos**.
- Aumenta el alcance de la empresa.

### Desventajas

Las principales desventajas del telemarketing son las siguientes:

- En algunos casos es considerado una **falta de ética**, ya que el cliente no estaba solicitando una llamada de la empresa.
- Los clientes **pueden considerarlo molesto**.
- Si el telemarketing no se efectúa correctamente, puede afectar gravemente la **reputación de la empresa**.
- Debe **dedicarse tiempo** para crear un bosquejo de lo que se planteará en la comunicación.
- Se puede **perder el control** sobre la ejecución de un buen servicio.
- Cuando el telemarketing es automatizado, puede resultar **incómodo** para el cliente.

### Técnicas del telemarketing

Algunas técnicas utilizadas durante el telemarketing son las siguientes:

- El recurso más importante con el que se cuenta es la voz: **el cuidado del tono de voz que se utiliza y la manera en la que se usan las palabras**, son un factor clave durante el telemarketing.
- Se debe **tener presente el objetivo** por el cual se realiza dicha comunicación, y así también el punto de vista que posee el cliente. De esta manera será más fácil que la comunicación fluya y se cumplan los objetivos propuestos.

- **La actitud** del que realiza el telemarketer **debe ser objetiva** y no se debe dejar a un lado cómo se desenvuelve la conversación.
- Se debe **ser espontáneo** y estar bien preparado para llevar a cabo el proceso. Para ello, es recomendable **crear un bosquejo** de lo que se dirá, para seguir cada uno de los pasos propuestos y al mismo tiempo sonar natural.
- **El tiempo con el que se cuenta es reducido**, ya que solo se dispone de unos cuantos minutos para alcanzar el objetivo de la campaña. Es por ello que no se debe perder el dominio de la conversación y lograr que el cliente no se canse.
- La **honestidad** es un factor clave. Si el cliente se da cuenta de que se le está engañando, los resultados serán desfavorables.

### **Ejemplos de telemarketing**

Veamos algunos ejemplos de telemarketing:

- Un **político** que realiza llamadas a los ciudadanos de determinado lugar, para dar a conocer sus propuestas y recibir opiniones de las personas.
- Las empresas que prestan servicios telefónicos suelen recurrir a llamados de telemarketing, para **ofrecer nuevos productos y servicios**.