



**Nombre de alumna: Ana Cristina Jimenez Espinosa**

**Nombre del profesor: Ing. Abel Estrada Dichi**

**Nombre del trabajo: Cuadro sinóptico**

**Materia: Acción Promocional**

**Grado: 6°**

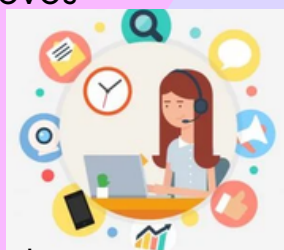
**Grupo: Administración de Empresas**

# Telemarketing



## CÓMO SE INICIÓ EL TELEMARKETING

El origen del **TELEMARKETING** lo encontramos en el siglo XIX, concretamente en el año 1881 cuando un pastelero alemán de la ciudad de Berlín se le ocurrió la fantástica idea de ofrecer sus dulces por teléfono. ¿Con qué resultado? ¡Duplicó sus ventas y logró fidelizar a nuevos clientes!



## QUE ES TELEMARETING

El telemarketing es una estrategia de comunicación utilizada por las empresas para hacer ofertas de servicios, productos y promociones a través del contacto por teléfono o móvil.

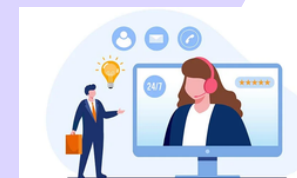
En la práctica, es un servicio que genera pocos resultados para las empresas y los consumidores, que terminan insatisfechos con la insistencia de las empresas en contactarlos.

## FUNCIONES DE TELEMARKETING

- Atender telefónicamente las dudas y sugerencias de los clientes o futuros clientes.
- Vender productos o servicios a través de llamadas telefónicas u otros medios de comunicación.
- Emitir llamadas para presentación de productos y servicios y captación de clientes.

## CARACTERÍSTICAS DEL TELEMARKETING

- Es un tipo de marketing directo que trata con el usuario final.
- Se realiza a distancia, a través del teléfono.
- Los destinatarios de las llamadas pueden o no ser clientes de la empresa.
- Las llamadas se realizan sobre una base de datos previamente establecida.



## VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL TELEMARKETING

Ventajas del telemarketing.

- Ofrece un contacto más personal.

Desventajas del telemarketing.

- Es intrusivo.
- Invierte en formación.
- Haz marketing interno.
- Utiliza una metodología inbound.
- Ofrece más métodos de contacto.
- Establece objetivos y vigila su cumplimiento.

## 5 CONSEJOS ESENCIALES PARA UN TELEMARKETING EFICAZ

- Utiliza un tono personal y convincente.
- Sé educado pero persistente cuando te enfrentes a los porteros.
- Utiliza la tecnología para aumentar la productividad del agente.
- Utiliza los datos CRM para revisar y mejorar los guiones de llamada.

## TIPOS DE TELEMARKETING

Debido a la extensión del concepto de venta a otros procesos, el telemarketing también se ha adaptado y puede clasificarse utilizando distintos criterios:



### Según su finalidad

El telemarketing no solamente se utiliza para llevar a cabo la típica acción de venta, sino que va mucho más allá y tiene otros posibles usos. Entre otros, destacan los siguientes:

- Para ampliar nuestra cartera de clientes:
- Para proporcionar atención al cliente y soporte:
- Para realizar
- Para emitir comunicados:
- Para confirmar o recordar citas a tus clientes:

### Según la procedencia de la llamada

- En función de si es el cliente o la propia empresa quien toma la iniciativa de contacto, podemos distinguir entre:
- Telemarketing entrante o reactivo:
- Telemarketing saliente o proactivo

### Según su pertenencia dentro de la empresa

- Interno
- Externo:

### Según quién desencadene la acción

- Automatizado
- Manual:

