

## 4. TELEMARKETING Y TELEVENTA

La experiencia acumulada a lo largo de los años, nos permite aportar eficiencia en la elaboración de argumentarios y estrategias de venta, lo cual supone un valor añadido al trabajo del equipo de teleoperadoras, que cuenta con una amplia experiencia en crear necesidad e interés en el cliente potencial.

Contamos con el soporte tecnológico de plataformas de emisión de llamadas, que apoyadas en bases de datos con parámetros estratégicos flexibles, permiten aumentar la efectividad táctica de las ventas. Además de ello, las ventas por teléfono se apoyan también en otros canales como la Web, el correo electrónico o la tecnología SMS; elementos imprescindibles hoy en día en el cierre de ventas a distancia.

### VENTAJAS:

- Aprovechar la experiencia para cerrar la brecha entre producto y consumidor.
- Hacer uso de nuestros recursos, conocimiento regional e infraestructura, sin tener que establecerse aquí.
- Captar nuevos clientes y retener los actuales.

### CASO PRÁCTICO:

Cliente: Empresa distribuidora de telecomunicaciones.

Demanda: Necesidad de realizar miles de llamadas para dar a conocer un nuevo producto y contratar servicios de fibra óptica.

Planteamiento: Establecimiento de una plataforma de emisión con 15 operadoras.

### RESULTADOS:

- Llamadas realizadas al 50% de los hogares del área de distribución.
- Aumento sustancial en el número de contrataciones del producto.
- Cientos de personas contactadas pasaron por las oficinas de la distribuidora a interesarse por la oferta.

