



CÁMARA DE  
COMERCIO  
E INDUSTRIA  
DE EL SALVADOR

---

## MODULO XIII – TELEMERCADEREO

---

Programa incrementando la competitividad para la venta





## Tipos de Telemarketing


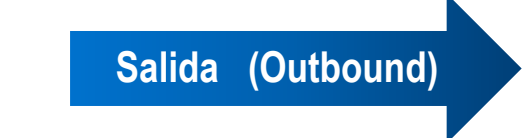


| <b>Entrada (Inbound)</b>   | <b>Salida (Outbound)</b>   |
|--|--|
| <p>El telemarketing de entrada se refiere a las llamadas efectuadas por los clientes a las empresas de asistencia.</p> <p>El Telemarketing entrante es conocido como venta suave. Esto es incorporado en la métrica de llamadas del departamento servicio al cliente.</p> <p>Los Ejecutivos esperan que las llamadas entren, ellos no llaman.</p> <p>Las llamadas entrantes son mucho mejor recibidas que las de salida.</p> | <p>El telemarketing de salida se refiere, en general, a las llamadas que se hacen a los clientes al nombre de las empresas.</p> <p>El telemarketing de salida es una de las principales fuentes de creación de nuevos clientes y retención de los antiguos.</p> <p>Este tipo de marketing representa la venta de bienes o servicios a través del teléfono.</p> |

## ¿PARA QUÉ SE USAN?

|  <b>Entrada (Inbound)</b>  |  <b>Salida (Outbound)</b>   |
|---|---|
| <p><b>Líneas de servicio al cliente:</b> responder a las preguntas o quejas de los clientes de una determinada organización;</p> <p><b>Servicio de reservas;</b> líneas aéreas, hoteles, restaurantes, etc.</p> <p><b>Líneas de información:</b> proporcionar información sobre un producto o servicio.</p> <p><b>Servicios Help Desk:</b> proporcionan a los usuarios un punto central para recibir ayuda en la solución de problemas con los ordenadores y otros productos.</p> | <p><b>Campañas de promoción para el lanzamiento de productos.</b></p> <p><b>Campañas de ventas (ventas cruzadas)</b></p> <p><b>La generación de clientes; la identificación de posibles clientes para un producto o servicio</b></p> <p><b>El ajuste de citas</b></p> <p><b>Reservas de seminarios y conferencias</b></p> |

## ¿PARA QUÉ SE USAN?

|  <b>Entrada (Inbound)</b>   |  <b>Salida (Outbound)</b>  |
|--|--|
| <p><b>Servicios fuera de hora.</b> Emergencias hospitalarias.</p> <p><b>Procesamiento de pagos</b> (tarjeta de crédito, etc.)</p> <p><b>Procesamiento de órdenes:</b> alimentos a domicilio.</p> | <p><b>Base de datos, investigación de mercados y encuestas de clientes.</b></p> <p><b>Mystery Shopping;</b> esta técnica de investigación utiliza los auditores independientes haciéndose pasar por clientes para reunir información objetiva acerca de la calidad del producto y del servicio.</p> <p><b>Aumento de suscripción, membresía.</b></p> |