



CÁMARA DE  
COMERCIO  
E INDUSTRIA  
DE EL SALVADOR

---

## MODULO XIII – TELEMERCADERO

---

Programa incrementando la competitividad para la venta



## 5 Consejos para una Campaña de Telemarketing de éxito

### ¿Qué debo hacer?

Para lanzar adecuadamente una campaña de Telemarketing efectiva hay que jugar a un juego cuyo nombre es Anticipación y Preparación. El juego tiene cinco reglas.

#### **Conozca su mercado**

Es esencial que entienda completamente a su cliente objetivo antes de empezar a llamar. Hay tres conceptos básicos a considerar:

- Demografía - Donde reside su mercado objetivo? Cuáles son sus ingresos medios? Su edad media?
- Psicografía - Necesita comprender a fondo porque ese mercado objetivo quiere ser su cliente. Esto supone un detallado estudio de los gustos, necesidades y deseos de su mercado objetivo. Hay que tener una especial consideración a las orientaciones particulares de moral, ética, cultura, religión, ...

Radio de Actuación - Una segmentación apunta habitualmente a los clientes específicamente identificados mediante la asignación de su proximidad a un lugar determinado con un factor común, tales como el código postal, provincia, comunidad; también es posible, por ejemplo, "apuntar" alrededor de donde está localizado un competidor.

Revise en profundidad los datos que disponga de sus clientes. Puede encontrar esa información en organismos públicos, censos, cámaras de comercio, gremios.

Piense y trabaje una razón de peso para que le escuchen.

Parece lógico, ¿no? No puede ponerse en contacto con gente por teléfono y tratar de cautivar su interés si no tiene un discurso para empezar. Necesita tener una oferta fuerte o una razón convincente para que el cliente al otro lado del teléfono quiera entrar en acción.

Para ello, cree una primera oferta, y luego piense en todas las objeciones que su cliente podría utilizar para excusarse, y prepare las réplicas para cada una de esas objeciones.

Esta es la forma de desarrollar el script del Ejecutivo. Necesitamos este tipo de scripts normalizados para cada campaña, a fin de informar y responder de forma consistente.

Hay que asegurarse que se explica con claridad su propuesta de valor única. Está proporcionando una solución? ¿Tiene una oferta atractiva? Sus clientes potenciales necesitan saber por qué merece la pena escuchar el enfoque que le plantea. Recuerda dos reglas muy importantes:

- **Simple** - No tiene mucho tiempo para interesar a una persona en lo que dice. Para que necesita un gran nivel de detalle, o un enfoque de ventas demasiado complicado? Sus potenciales clientes dejarán de prestar atención si no pueden captar de inmediato lo que está tratando de decir u ofrecer.

- **Real** - A la hora de hablar con un prospecto no trate de usar las tácticas o trucos de venta de los Ejecutivos de coches usados. Al subestimar la inteligencia de su potencial cliente le hace un flaco favor a usted, y a todas las personas que están participando en la campaña. A la

gente le gusta que le hablen con dignidad y respeto, por tanto base su mensaje en realidades.

### **Persiga una segmentación excelente, no se conforme con una buena segmentación**

Esta es la cosa más importante a conseguir: tener una gran lista. Es necesario dedicar investigación y recursos para la obtención de una segmentación, de una lista fiable y de alta calidad de los clientes potenciales. Sin una buena segmentación la campaña de telemarketing fallará.

Utilice internet e investigue a fondo en la web. Puede descubrir mucho acerca de sus clientes mediante el uso de la Web como una herramienta de investigación. También existen proveedores especializados en el suministro de información de consumidores

Estudie la normativa existente. Independientemente de que se trate de una campaña B2B o B2C, debe ser plenamente consciente de las regulaciones existentes con respecto a su campaña. Habitualmente las campañas B2B están poco reguladas. Sin embargo, las campañas a consumidores deben cumplir con la legislación de cada país encargada de la protección de datos personales.

### **Establezca expectativas realistas**

¿Así que cree que es razonable esperar un rendimiento positivo del 25% en llamadas de televenta? Quizás es el momento de despertar del sueño. Hay algunas empresas que anuncian grandes expectativas de éxito y resultados "garantizados". Si cree en esa publicidad tan solo puedo aconsejarle que ande con cuidado, al tiempo que desearle la mejor de las suertes.

No se pueden garantizar resultados - Ningún outsourcer de telemarketing reputado compromete un resultado garantizado. Las campañas de llamadas salientes son increíblemente dinámicas y dependen de muchos factores externos e incontrolables. Lo que un honesto Manager de Campaña hará es alcanzar, o incluso superar, las expectativas realistas que hayáis fijado conjuntamente y de forma consensuada antes de iniciar la campaña.

### **Base sus expectativas en datos reales –**

No ha hecho nunca una campaña de llamadas salientes? Entonces, haga una usted mismo. Obtenga una lista de alrededor de 30 clientes, y dedique su tiempo a hacer esas llamadas. Registre y monitorice los resultados y revise cuidadosamente sus datos. Se trata de una experiencia de aprendizaje y será un pequeño reflejo de lo que es probable que suceda a una escala mucho mayor.

### **Estese preparado para hacer ajustes sobre la marcha.**

Nosotros acostumbramos a incluir a nuestro cliente en cada paso del proceso a medida que construimos, entrenamos y lanzamos una campaña de llamadas salientes. De hecho, algunos de nuestros clientes conocen a nuestros agentes por su nombre de pila. Pasamos tiempo con nuestro cliente dando información puntual sobre el progreso de su campaña.

Analizamos conjuntamente el feedback de los prospectos, y así podemos hacer cambios en el enfoque, en los scripts, o reorientar el planteamiento si fuera necesario. La consecución del éxito hace necesario aplicar esos niveles de flexibilidad.