

Desarrollo de Campañas de Call Center

Curso

Objetivos

Que los participantes aprendan a diseñar y planificar campañas para optimizar las ventas y las acciones asociadas al marketing.

Reflexionar sobre los diferentes tipos de campañas y sobre las áreas donde se desarrollan y cómo surgen.

Valorar la conveniencia de externalizar el servicio parcial o totalmente.

Saber recoger la información relevante para el diseño.

Practicar en el desarrollo un anteproyecto y la descripción del mismo.

Aprender a diseñar y planificar campañas de emisión y recepción.

Dirigido a

Responsables de marketing, ventas, call center y en general, a todas las personas interesadas en aprender a mejorar los conocimientos sobre diseño de campañas.

Contenidos

1. AREAS Y TIPOS DE EMPRESA DONDE SE DESARROLLAN LAS ACTIVIDADES DE DISEÑO DE CAMPAÑA

- Empresas de publicidad, comunicación, relaciones públicas y protocolo.
- Departamentos de marketing de empresas de distintos sectores.
- Departamentos comerciales de empresas de distintos sectores.
- Departamentos de promociones de grandes empresas.
- Departamentos de comunicación y relaciones públicas de grandes empresas e instituciones.
- Call Center, CAC ó CAU.

2. LA DEMANDA DE SERVICIOS

- Atención e información telefónica al cliente.
- Encuestas.
- Actualización de Bases de datos.
- Optimización mailing.
- Captación citas comerciales.
- Ventas por Telemarketing.

3. LA OFERTA DE SERVICIOS

- Actividades y servicios asociados a la gestión de eventos.

- Actividades y servicios asociados al marketing.
- Actividades y servicios asociados a la optimización comercial.

4. VENTAJAS DEL OUTSOURCING

- Proveedores y características.
- Decisión sobre externalización de servicios:
 - No externalización.
 - Externalización total.
 - Externalización parcialmente.

5. DISEÑO DE CAMPAÑAS

- Tipos de campañas.
- Briefing con clientes y detección de necesidades.
- Diseño de anteproyecto.
- Planificación de campaña:
 - Diseño de procesos.
 - Planificación de Recursos Humanos.
- Planificación de Recursos Materiales y Técnicos.
- Planificación y diseño de herramientas de recogida de datos.
- Diseño de argumentarios. Elemento base de la campaña.
- Seguimiento.
- Informe de resultado y presentación.