
	Sistema de Gestión de Calidad	Código: SGC-PM-02
	CERCAL GROUP	Revisión N°: 00

## Procedimiento de telemarketing

CONTROL DE DOCUMENTO	
Copia Controlada	Revisión N°
01	00

APROBACIONES		
Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:
Nombre:	Nombre:	Nombre:
Angie Cruz	Raul Quevedo	Jenny Freire
Cargo:	Cargo:	Cargo:
Process and Quality Controller	Chief Operating Officer	Quality Manager
Firma:	Firma:	Firma:
Fecha:	Fecha:	Fecha:

	Sistema de Gestión de Calidad	Código: SGC-PM-02
	CERCAL GROUP	Revisión N°: 00

## 1. OBJETIVOS

- 1.1. Generar interés en el usuario y establecer una relación más cercana.
- 1.2. Realizar seguimiento personalizado de posibles clientes.
- 1.3. Realizar encuestas de satisfacción y cualquier estudio o investigación de mercado.
- 1.4. Invitar y/o confirmar asistencia a los eventos, capacitaciones iniciativas o citas pactadas.
- 1.5. Ofrecer y vender productos y/o servicios.
- 1.6. Actualizar y gestionar bases de datos.

## 2. CAMPO DE APLICACIÓN

El presente procedimiento aplica para el área de Marketing, Capacitaciones, Comercial y Calidad de Cercal Group.


## 3. RESPONSABILIDADES

- 3.1. Telemarketing Analyst es el encargado de realizar las llamadas pertinentes a los posibles clientes para ofrecer los servicios y/o invitar a un evento por parte de Cercal Group.
- 3.2. Training Leader junto con el Telemarketing Analyst son los responsables de generar las convocatorias para los eventos.
- 3.3. Marketing Coordinator es el encargado del cumplimiento de este procedimiento

## 4. DEFINICIONES

- 4.1. **Telemarketing:** Marketing directo en donde existe contacto telefónico con el cliente con el fin de ofrecer un producto o servicio bajo un speech establecido de acuerdo con el nicho correspondiente.
- 4.2. **Speech:** Guion necesario en las campañas de telemarketing diseñado con el fin de comunicación asertiva y eficaz con el cliente y transmitiendo las ideas de manera clara y educada.

**La impresión de este documento se considera COPIA NO CONTROLADA.**

	Sistema de Gestión de Calidad	Código: SGC-PM-02
	CERCAL GROUP	Revisión N°: 00

- 4.3. **Nicho de mercado:** Porción del segmento del mercado que posee características y necesidades similares donde va dirigido los productos o servicios que se ofrecerán.
- 4.4. **Bases de datos:** Conjunto de datos con la información de clientes y contactos (posibles clientes) usada para realizar telemarketing.
- 4.5. **Contactos fríos:** Contactos que no conocen la marca o tienen mucho tiempo de no ser contactados por la compañía.
- 4.6. **Contactos calientes:** Contactos que tienen constante comunicación con la compañía, conocen la marca o muestran interés en algún evento o servicio.
- 4.7. **Capacitaciones abiertas:** Capacitaciones en donde diferentes empresas o personas interesadas pueden asistir.
- 4.8. **Capacitaciones cerradas:** Capacitaciones en donde asiste únicamente un cliente (empresa).

## 5. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

### ASPECTOS GENERALES (RECURSOS)


#### 5.1. Eventos

##### 5.1.1. Webinars y comités

Marketing Cordinator descarga las listas con los datos de los clientes del CRM Vtiger y/u obtiene las bases de datos de las asociaciones y los asistentes de eventos para ser entregadas al Telemarketing Analyst

Telemarketing Analyst debe de leer y aprender el speech correspondiente para realizar las llamadas con la lista y/o base de datos entregada por el Marketing Cordinator. Luego debe de realizar las llamadas correspondientes a los contactos con posibilidad de oportunidad o inscripción. También debe de contactar a las personas que generaron interés al finalizar algún evento.

En el caso de que Telemarketing Analyst cree la oportunidad en el CRM Vtiger de acuerdo con lo establecido en el instructivo para crear una Oportunidad SGC-IC-04, esta debe de ser asignada al área comercial para continuar la gestión.

	Sistema de Gestión de Calidad	Código: SGC-PM-02
	CERCAL GROUP	Revisión N°: 00

### **5.1.2. Workshop/ Capacitaciones abiertas**

Marketing Cordinator descarga las listas con los datos de los clientes del CRM Vtiger y/u obtiene las bases de datos de las asociaciones y los asistentes de eventos para ser entregadas al Telemarketing Analyst

Telemarketing Analyst debe de leer y aprender el speech correspondiente para realizar las llamadas con la lista y/o base de datos entregada por el Marketing Cordinator. Luego debe de realizar las llamadas correspondientes a los contactos con posibilidad de oportunidad o inscripción. También debe de contactar a las personas que generaron interés al finalizar algún evento.

En el caso de que Telemarketing Analyst cree la oportunidad en el CRM Vtiger de acuerdo con lo establecido en el instructivo para crear una Oportunidad SGC-IC-04, esta debe de ser asignada a una campaña donde el departamento de capacitaciones se encargará de continuar el proceso.

### **5.2. BASE DE DATOS (CONTACTOS FRIOS Y CALIENTES)**


Marketing Cordinator descarga las listas con los datos de los clientes del CRM Vtiger y/u obtiene las bases de datos de las asociaciones y los asistentes de eventos para ser entregadas al Telemarketing Analyst

Telemarketing Analyst debe de leer y aprender el speech correspondiente para realizar las llamadas con la lista y/o base de datos entregada por el Marketing Cordinator. Luego debe de realizar las llamadas correspondientes a los contactos con posibilidad de oportunidad o inscripción.

Se puede presentar algunas situaciones con los contactos contactados:

- Cuando el contacto no está creado en el CRM Vtiger, se debe proceder a su creación de acuerdo con lo establecido en el instructivo para crear un contacto SGC-IC-03.
- Si el contacto ya está creado en el CRM Vtiger, se debe de realizar su actualización con la información correspondiente.
- Si el cliente ya se encuentra creado y actualizado en el CRM Vtiger y tiene algún interés en la propuesta realizada por telemarketing, se debe de crear la oportunidad de acuerdo con lo establecido en el instructivo para crear una Oportunidad SGC-IC-04.

**La impresión de este documento se considera COPIA NO CONTROLADA.**

	Sistema de Gestión de Calidad	Código: SGC-PM-02
	CERCAL GROUP	Revisión N°: 00

Luego que el Telemarketing Analyst cree la oportunidad en el CRM Vtiger, esta debe de ser asignada al área comercial para continuar la gestión.

### **5.3. Reporte de los indicadores**

Al finalizar el mes/quincena el Telemarketing Analyst debe de crear un reporte con los indicadores solicitados por el Marketing Coordinator (cantidad de llamadas, contactos actualizados, oportunidades abiertas).


### **5.4. Encuestas de satisfacción**

Se lleva a cabo para conocer la percepción del cliente en cuanto al servicio y la promesa de calidad ofrecida por Cercal Group en las diferentes áreas como son SPOT, CSV y GEP.

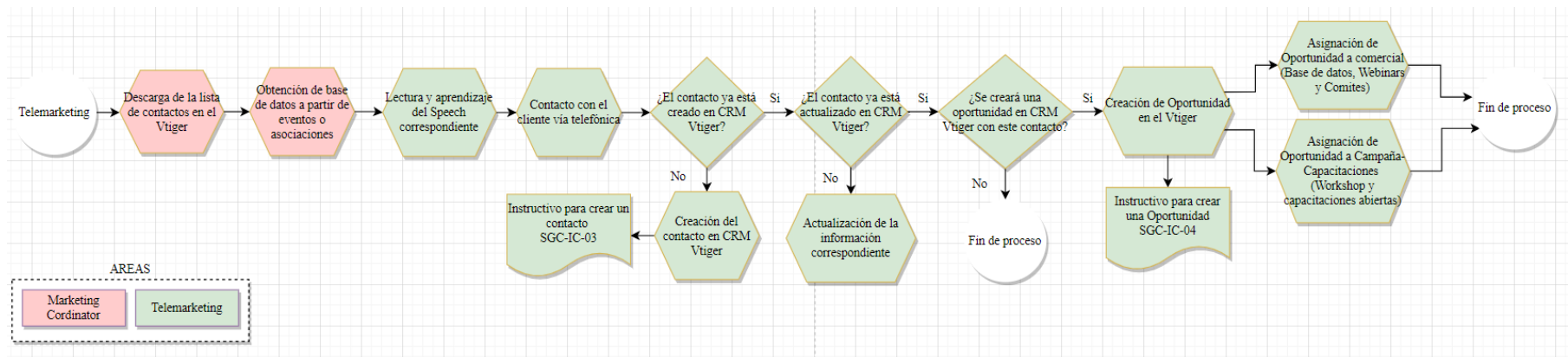
En el momento del cierre de una Orden de Trabajo se envía el formulario de encuesta de satisfacción al cliente al Email desde el CRM Vtiger, en caso de que el cliente no responda la encuesta, se procede a realizar una llamada por parte del Quality Assistant al cliente para obtener un feedback del servicio recibido donde se tiene en cuenta el desempeño del equipo de trabajo, así como el cumplimiento en cuanto a tiempos para la entrega de los documentos resultado del servicio (Protocolo o Informe). Lo anterior se basa en el procedimiento de satisfacción del cliente SGC-PC-03.

## **6. DOCUMENTACIÓN RELACIONADA**


- Procedimiento de satisfacción del cliente SGC-PC-03.
- Instructivo para crear una Oportunidad SGC-IC-04.
- Instructivo para crear un contacto SGC-IC-03.

	Sistema de Gestión de Calidad	Código: SGC-PM-02
	CERCAL GROUP	Revisión N°: 00

## 7.FLUJO DE PROCESO



La impresión de este documento se considera COPIA NO CONTROLADA.

	Sistema de Gestión de Calidad	Código: SGC-PM-02
	CERCAL GROUP	Revisión N°: 00

## 8.CONTROL DE CAMBIOS

Control de Cambios		
Fecha	Revisión	Descripción del Cambio
10/08/2021	Rev 00	-Creación del documento

La impresión de este documento se considera COPIA NO CONTROLADA.