

ΒΑΣΙΛΗΣ ΜΑΥΡΑΓΑΝΗΣ-3160091 ΚΑΙ ΣΤΕΛΙΟΣ ΚΟΚΚΟΚΥΡΗΣ-3160063
1Η ΣΕΙΡΑ ΑΣΚΗΣΕΩΝ - ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΗΛΕΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

<div>Στάθμη Δραστηριότητας</div> <div>Δομή</div>	Λειτουργική	Τακτική	Στρατηγική
	<ul style="list-style-type: none"> - Παραγωγή στατιστικών με τα στοιχεία των πωλήσεων ανά τηλεπωλητή και των αγορών ανά χορηγό για συγκεκριμένο χρονικό διάστημα - Διεκπεραίωση των απαιτούμενων διαδικασιών για την ολοκλήρωση μιας τηλεπώλησης το συντομότερο δυνατόν 	<ul style="list-style-type: none"> - Τήρηση και διαχείριση αρχείων με τα στοιχεία των χορηγών, των τηλεπωλητών και των εκστρατειών - Προγραμματισμός των τηλεφωνικών κλήσεων βάσει προκαθορισμένων προτεραιοτήτων και άλλων περιορισμών - Διενέργεια των προγραμματισμένων τηλεφωνικών κλήσεων αυτόματα - Επαναπρογραμματισμός ανεπιτυχών τηλεφωνικών κλήσεων και δοκιμή αυτών σε μεταγενέστερο χρόνο - Καταγραφή και διαχείριση των αποτελεσμάτων των συνομιλιών,συμπεριλαμβανομένων των παραγγελιών εισιτηρίων και τυχόν αλλαγές στα στοιχεία των χορηγών - Πριμοδότηση των χορηγών,σε περίπτωση μαζικής αγοράς εισιτηρίων βάσει συγκεκριμένων κριτηρίων 	<ul style="list-style-type: none"> - Παραγωγή αναφορών με ανάλυση των οικονομικών στοιχείων κάθε καμπάνιας
Ατελώς Δομημένη	<ul style="list-style-type: none"> - Ταυτόχρονη υποστήριξη των εργασιών ενός σημαντικού αριθμού τηλεπωλητών - Οργάνωση των επανακλήσεων προς τους υποστηρικτές 		<ul style="list-style-type: none"> - Υποστήριξη καινοτόμων μεθόδων προσέλκυσης νέων χορηγών - Αύξηση των εσόδων της φιλανθρωπικής οργάνωσης ως αποτέλεσμα της αναβάθμισης των υπηρεσιών τηλεπώλησης
Αδόμητη	<ul style="list-style-type: none"> - Αξιολόγηση τηλεπωλητών και υποστηρικτών - Υποστήριξη επικοινωνίας σε μία ή περισσότερες γλώσσες 		<ul style="list-style-type: none"> - Να είναι φιλική και αξιόπιστη - Υποστήριξη σύγχρονων μεθόδων τηλεμάρκετινγκ

ΕΠΕΞΗΓΗΣΗ:

- 1)Υποστήριξη καινοτόμων μεθόδων προσέλκυσης νέων χορηγών: Είναι στρατηγική διότι απευθύνεται στους μακροπρόθεσμους στόχους της φιλανθρωπικής οργάνωσης και ατελώς δομημένη γιατί έχουμε περιορισμό να μην χρησιμοποιήσουμε τις τηλεφωνικές κλήσεις.
- 2)Υποστήριξη σύγχρονων μεθόδων τηλεμάρκετινγκ: Είναι στρατηγική διότι η εμβέλεια του είναι μακροπρόθεσμη και αδόμητη διότι αφήνεται στην ανθρώπινη κρίση.
- 3)Τήρηση και διαχείριση αρχείων με τα στοιχεία των χορηγών, των τηλεπωλητών και των εκστρατειών: Ουσιαστικά, θα έχουμε μία βάση δεδομένων και την διαχείριση αυτής.Η εμβέλεια της διαχείρισης της ΒΔ είναι μεσοπρόθεσμη (τακτική) και δομημένη διότι υπάρχουν συγκεκριμένοι κανόνες διαχείρισης της.
- 4)Ταυτόχρονη υποστήριξη των εργασιών ενός σημαντικού αριθμού τηλεπωλητών: Την κατατάσσουμε ως λειτουργική διότι απευθύνεται προς τους τηλεπωλητές οι οποίοι είναι το κατώτερο στρώμα και ατελώς δομημένη διότι έχουμε συνδυασμό ανθρώπινης κρίσης (ποια εργασία θα γίνει) και αλγορίθμου (συμβάλλει στην ταυτόχρονη υποστήριξη).
- 5)Προγραμματισμός των τηλεφωνικών κλήσεων βάσει προκαθορισμένων προτεραιοτήτων και άλλων περιορισμών: Είναι τακτική διότι ο προγραμματισμός των τηλεφωνικών κλήσεων απευθύνεται μεσοπρόθεσμα και δομημένη γιατί γίνεται βάσει προτεραιοτήτων και άλλων περιορισμών.
- 6)Διενέργεια των προγραμματισμένων τηλεφωνικών κλήσεων αυτόματα: Είναι τακτική διότι η εμβέλεια των προγραμματισμένων τηλεφωνικών κλήσεων είναι μεσοπρόθεσμη και δομημένη διότι εκτελείται αυτόματα, πράγμα που σημαίνει ότι ακολουθεί κάποιον αλγόριθμο.
- 7)Επαναπρογραμματισμός ανεπιτυχών τηλεφωνικών κλήσεων και δοκιμή αυτών σε μεταγενέστερο χρόνο: Αφού οι ανεπιτυχείς κλήσεις επαναπρογραμματίζονται τότε θα έχουμε συγκεκριμένους κανόνες (δομημένη) και τακτική διότι απευθύνεται στους μεσοπρόθεσμους στόχους της οργάνωσης.
- 8)Οργάνωση των επανακλήσεων προς τους υποστηρικτές: Είναι λειτουργική διότι επηρεάζει τους υποστηρικτές οι οποίοι είναι το κατώτερο στρώμα και ατελώς δομημένη διότι οργανώνονται με βάση κάποιον αλγόριθμο και χρησιμοποιείται η ανθρώπινη κρίση για το πότε θα εκτελεστούν οι επανακλήσεις.
- 9)Καταγραφή και διαχείριση των αποτελεσμάτων των συνομιλιών,συμπεριλαμβανομένων των παραγγελιών εισιτηρίων και τυχόν αλλαγές στα στοιχεία των χορηγών: Θα έχουμε διαχείριση των πληροφοριών το οποίο αφορά την τακτική και δομημένη γιατί εκμεταλλευόμαστε τα στοιχεία αυτά με βάσει κανόνες.
- 10)Πριμοδότηση των χορηγών, σε περίπτωση μαζικής αγοράς εισιτηρίων βάσει συγκεκριμένων κριτηρίων: Οι χορηγοί πριμοδοτούνται με βάση κανόνες (δομημένη) και είναι τακτική διότι η εμβέλειά της είναι μεσοπρόθεσμη (πριμοδότηση).
- 11)Παραγωγή αναφορών με ανάλυση των οικονομικών στοιχείων κάθε καμπάνιας: Τα οικονομικά στοιχεία και η ανάλυσή τους έχουν μακροπρόθεσμο ορίζοντα (στρατηγική) και είναι δομημένη γιατί χρησιμοποιείται κάποιος αλγόριθμος για την παραγωγή των στοιχείων.
- 12)Παραγωγή στατιστικών με τα στοιχεία των πωλήσεων ανά τηλεπωλητή και των αγορών ανά χορηγό για συγκεκριμένο χρονικό διάστημα: Η παραγωγή στοιχείων αφορά τους τηλεπωλητές οι οποίοι είναι το κατώτερο επίπεδο στην οργάνωση (λειτουργική) και δομημένη διότι χρησιμοποιείται αλγόριθμος για την παραγωγή των στοιχείων.
- 13)Αξιολόγηση τηλεπωλητών και υποστηρικτών: Απευθύνεται στο κατώτερο επίπεδο (τηλεπωλητές-υποστηρικτές) και βασίζεται εξ'ολοκλήρου στην ανθρώπινη κρίση (αξιολόγηση).
- 14)Υποστηρικτική επικοινωνίας σε μία ή περισσότερες γλώσσες: Απευθύνεται στο κατώτερο επίπεδο και βασίζεται στην ανθρώπινη κρίση.
- 15)Να είναι φιλική και αξιόπιστη: Στρατηγική διότι απευθύνεται στους μακροπρόθεσμους στόχους (αξιόπιστη) και αδόμητη διότι βασίζεται στον άνθρωπο.
- 16)Διεκπεραίωση των απαιτούμενων διαδικασιών για την ολοκλήρωση μιας τηλεπώλησης το συντομότερο δυνατόν: Η τηλεπώληση απευθύνεται στους τηλεπωλητές οι οποίοι είναι το κατώτερο στρώμα και δομημένη διότι η διαδικασία τηλεπώλησης βασίζεται σε κανόνες.
- 17)Αύξηση των εσόδων της φιλανθρωπικής οργάνωσης ως αποτέλεσμα της αναβάθμισης των υπηρεσιών τηλεπώλησης: Τα έσοδα της οργάνωσης είναι κεφάλαια τα οποία απευθύνονται στα ανώτερα επίπεδα (στρατηγική) και ατελώς δομημένη διότι χρησιμοποιείται και ο ανθρώπινος παράγοντας στην αναβάθμιση των υπηρεσιών (πολλές απο τις οποίες βασίζονται σε αλγορίθμους).