



AREA ESPECIFICA	NOMBRE Y DESCRIPCION	CLAVE
TODA LA COMPAÑIA	INTRUCCION TELEMARKETING	VTA-S-I-01-01

## INDICE

### 1. OBJETIVO

### 2. ALCANCE

### 3. POLITICAS

### 4. ACTIVIDADES

#### DIAGRAMA

#### DESCRIPCION

### 5. HOJA DE AUTORIZACIÓN DE CAMBIOS A DOCUMENTOS DEL SISTEMA DE CALIDAD.

### 6. DEFINICIONES

### 7. ANEXOS

### 1.- OBJETIVO

Establecer los lineamientos para realizar la función de Telmarketing telefónico permitiendo reducir sensiblemente los costos de las visita directas y la efectividad del tiempo en operación bajo el estándar de la norma ISO 9000.

### 2.- ALCANCES.

Aplica a todos los procesos que afectan directamente a todo el personal que labora haciendo la función de Telemarketing que requieran ser descritos por escrito bajo el manual de calidad

### 3.- POLITICAS.

3.1 Este procedimiento aplica para los procesos que menciona el Manual de Calidad

3.2 Este procedimiento no reemplaza la necesidad para las mejoras por innovación.

3.3 Todos los procedimientos del sistema de calidad se apegaran a este procedimiento.

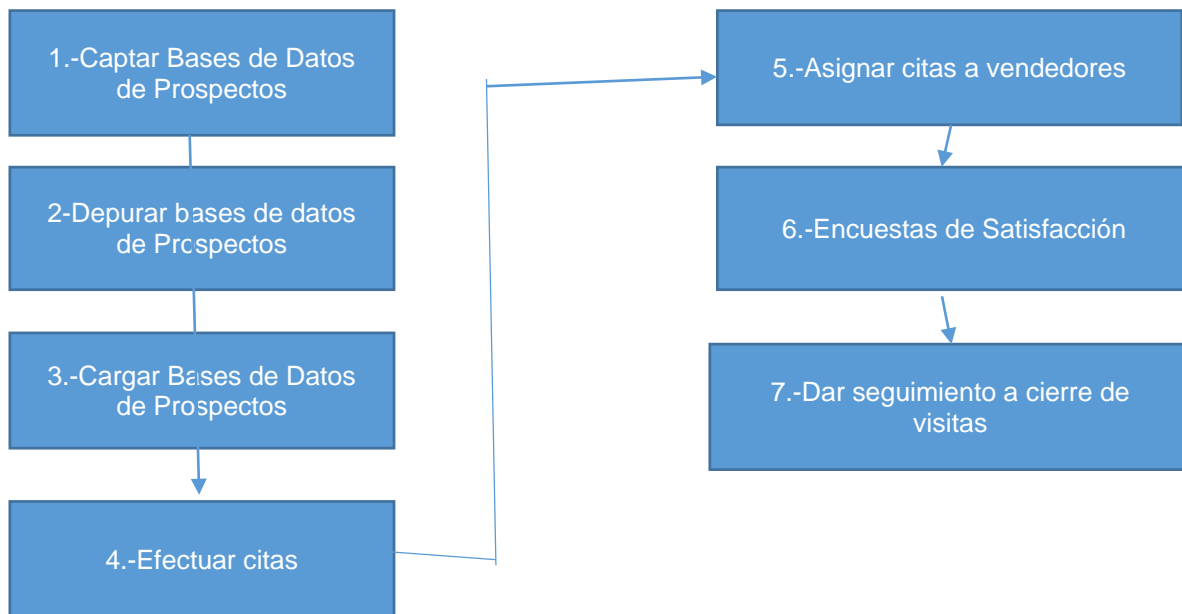
FECHA	LETRA	ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:	PAGINA
ENERO 11	A	Nestor Mercado	Arturo Mercado	Porfirio Mercado	1 de 4
		Director de Operaciones	Director de Operaciones	Director de COMERCIAL	



AREA ESPECIFICA	NOMBRE Y DESCRIPCION	CLAVE
TODA LA COMPAÑIA	INTRUCCION TELEMARKETING	VTA-S-I-01-01

#### 4.- ACTIVIDADES

##### DIAGRAMA




##### DESCRIPCION

ACTIVIDAD	DESARROLLO/INSTRUCCIÓN/LINEAMIENTO	PROCEDIMIENTOS/INSTR UCCIONES APLICABLES
1	Alimentar de Bases de Datos de prospección: La alimentación de las bases de datos es un proceso de varios canales entre los que usamos son: 1.- Bajar base de datos de instituciones gubernamentales	Formato captación base de datos para telemarketing VTA-S-F-01-01-01

FECHA	LETRA	ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:	PAGINA
ENERO 11	A	Nestor Mercado	Arturo Mercado	Porfirio Mercado	2 de 4
		Director de Operaciones	Director de Operaciones	Director de COMERCIAL	



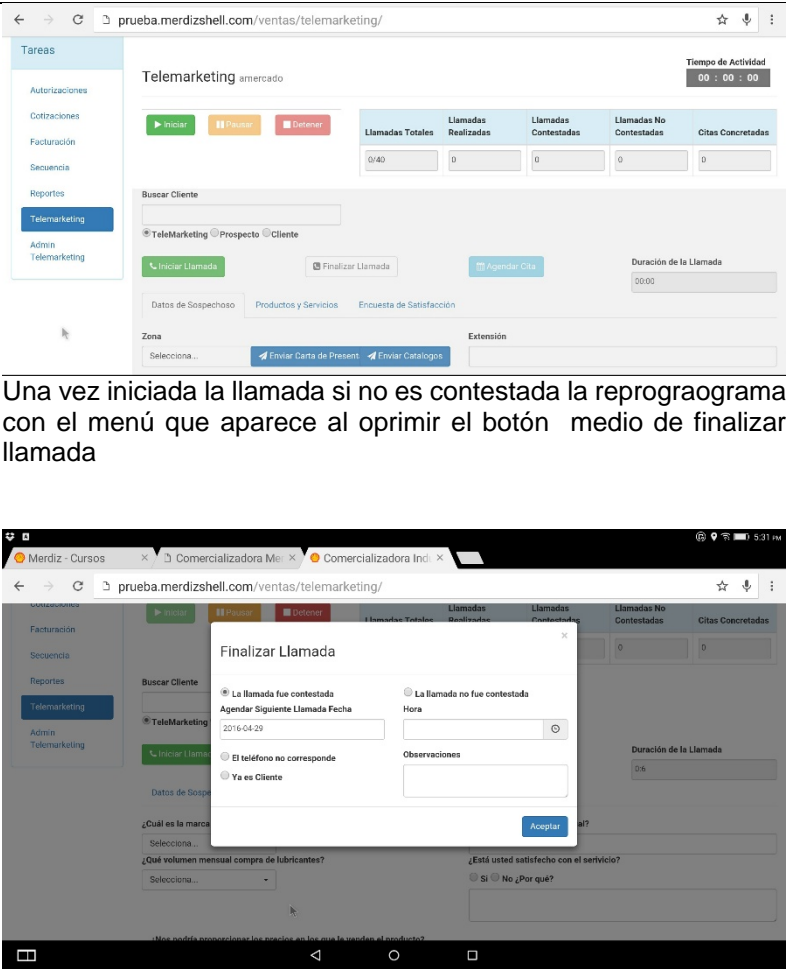
AREA ESPECIFICA	NOMBRE Y DESCRIPCION	CLAVE
TODA LA COMPAÑIA	INTRUCCION TELEMARKETING	VTA-S-I-01-01

	<p>2.- Captar bases de datos de las cámaras industriales registradas</p> <p>3.- Captar información de página de internet</p> <p>4.- Captar bases de datos de publicaciones de revistas especializadas</p> <p>5.- Captar información de participación en exposiciones y ferias.</p>	
2	Depurar bases de datos: La información captada por los canales descritos en el punto anterior se filtra desechando la información incompleta	Formato captación base de datos para telemarketing VTA-S-F-01-01-01
3	<p>Cargar Base de Datos al Software: Una vez filtrada la información se sube al sistema en la opción de Administración Telemarketing del menú de ventas .</p> 	
4	Efectuar Cita: Usando el menú de Telemarketing del modulo de ventas se inicia la llamada y el software asigna los prospectos al operador que la efectuara manualmente con el propósito de buscara captar la información y contactar una cita para el representante de ventas. Esta operación la efectúa con el botón verde superior de iniciar y el botón verde medio de iniciar llamada en este momento el sistema inicia el conteo de minutos de duración de llamada.	

FECHA	LETRA	ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:	PAGINA
ENERO 11	A	Nestor Mercado	Arturo Mercado	Porfirio Mercado	3 de 4
		Director de Operaciones	Director de Operaciones	Director de COMERCIAL	



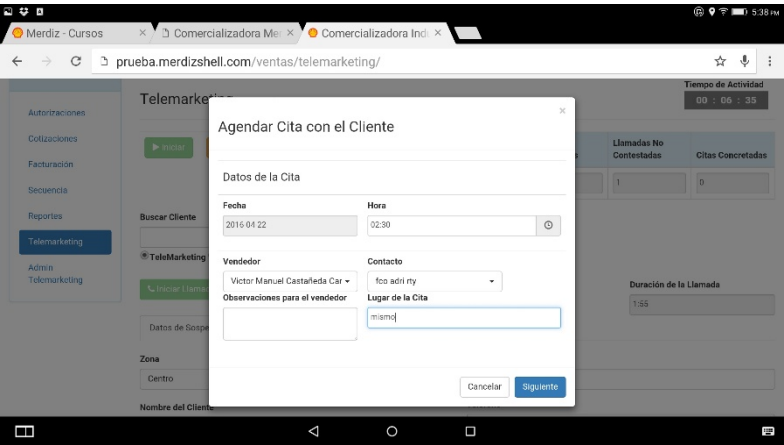
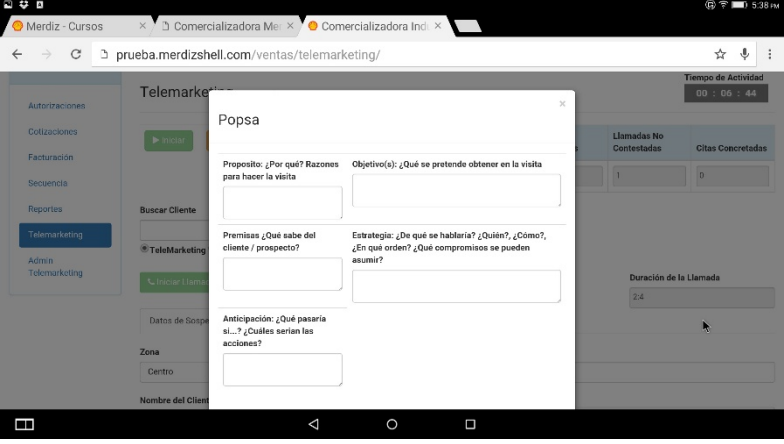
AREA ESPECIFICA	NOMBRE Y DESCRIPCION	CLAVE
TODA LA COMPAÑIA	INTRUCCION TELEMARKETING	VTA-S-I-01-01

	 <p>Una vez iniciada la llamada si no es contestada la reprograoograma con el menú que aparece al oprimir el botón medio de finalizar llamada</p> <p>Si la llamada es contestada se busca concertar cita y se ingresa la informacion seleccionando el boton de agendar cita.</p>	
--	---	--

FECHA	LETRA	ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:	PAGINA
ENERO 11	A	Nestor Mercado	Arturo Mercado	Porfirio Mercado	4 de 4
		Director de Operaciones	Director de Operaciones	Director de COMERCIAL	



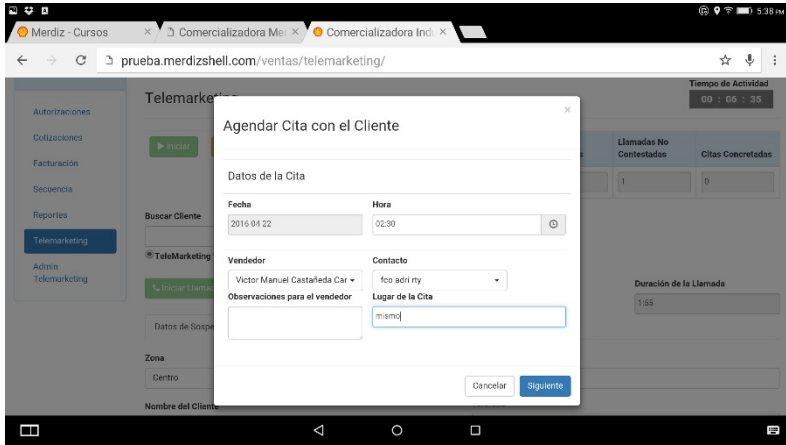
AREA ESPECIFICA	NOMBRE Y DESCRIPCION	CLAVE
TODA LA COMPAÑIA	INTRUCCION TELEMARKETING	VT-A-S-I-01-01

	 <p>Se captura la informacion requerida y se selecciona el boton siguiente para iniciar la captura del POPSA</p> 	
5	Asignar visita: Una vez contactada la cita el operador de telemarketing capturara la información asignando la cita al representante de ventas y el sistema enviara un mail al prospecto	

FECHA	LETRA	ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:	PAGINA
ENERO 11	A	Nestor Mercado	Arturo Mercado	Porfirio Mercado	5 de 4
		Director de Operaciones	Director de Operaciones	Director de COMERCIAL	



AREA ESPECIFICA	NOMBRE Y DESCRIPCION	CLAVE
TODA LA COMPAÑIA	INTRUCCION TELEMARKETING	VTA-S-I-01-01

	<p>de conformación y otro al vendedor para que agende en su ruta correspondiente</p>  <p>La asignación se hace seleccionando el vendedor correspondiente a la zona que muestra el sistema</p>	
7	<p>Efectuar encuestas de satisfacción, En el caso de clientes activos y conforme a la programación que arroja el sistema efectuara llamadas de aplicación de encuestas conforme al cuestionario de la pestana de encuestas de satisfacción</p>	<p>Procedimiento Medición de la satisfacción del cliente SDC-S-O-01</p>

FECHA	LETRA	ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:	PAGINA
ENERO 11	A	Nestor Mercado	Arturo Mercado	Porfirio Mercado	6 de 4
		Director de Operaciones	Director de Operaciones	Director de COMERCIAL	



AREA ESPECIFICA	NOMBRE Y DESCRIPCION	CLAVE
TODA LA COMPAÑIA	INSTRUCCION TELEMARKETING	VTA-S-I-01-01

8	Mandar retroalimentación al vendedor , una vez terminada la cita el vendedor captura en su junta de cierre la información del POPSA y del SPANCOP conforme a las instrucciones referidas	Instrucción ruta de secuencia VTA-S-I-01-05

## 5. HOJA DE AUTORIZACIÓN DE CAMBIOS A DOCUMENTOS DEL SISTEMA DE CALIDAD.

Descripción del Cambio	Fecha del Último cambio	Autorizado por

## 6. DEFINICIONES

**Telemarketing:** El telemarketing es una forma de marketing directo en la que un asesor utiliza el teléfono para contactar con clientes potenciales y negociar los productos y servicios. Los clientes potenciales se identifican y clasifican por varios medios de segmentación. El proceso de

FECHA	LETRA	ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:	PAGINA
ENERO 11	A	Nestor Mercado	Arturo Mercado	Porfirio Mercado	7 de 4
		Director de Operaciones	Director de Operaciones	Director de COMERCIAL	





AREA ESPECIFICA	NOMBRE Y DESCRIPCION	CLAVE
TODA LA COMPAÑIA	INTRUCCION TELEMARKETING	VTA-S-I-01-01

clasificación sirve para encontrar aquellos clientes potenciales con mayores posibilidades de negociar los productos o servicios que la empresa en cuestión ofrece.

**Segmentación:** La segmentación de mercado es un proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos. La esencia de la segmentación es conocer realmente a los consumidores. Uno de los elementos decisivos del éxito de una empresa es su capacidad de segmentar adecuadamente su mercado.

**Prospección:** La búsqueda organizada que se basa en el uso de técnicas diseñadas especialmente para hallar potenciales clientes para un negocio determinado se conoce con el nombre de prospección comercial. Se trata de un punto fundamental para maximizar el éxito de una empresa y atraer a nuevos inversores.

**Selección:** Acciones a partir de las cuales, se escogen, eligen y prioriza, opciones de entre varias, correspondientes a su mismo género o categoría, porque se considera que son las que mejor reúnen las condiciones y características que se buscan en el ámbito empresarial.

## 7. ANEXOS

No aplica

FECHA	LETRA	ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:	PAGINA
ENERO 11	A	Nestor Mercado	Arturo Mercado	Porfirio Mercado	8 de 4
		Director de Operaciones	Director de Operaciones	Director de COMERCIAL	