テレマーケティングの目的

営業力・販売力の強化



顧客満足度の向上

すべてのお客様と企業の各セクションの中間に位置する中枢 まさしく・・・・

情報収集役

双方向コミュニケーションによる迅速な市場ニーズの把握が可能。

生産工場

市場調査〈実態調査·意識調査·認知度調査·効果測定調査〉の データを分析し、各アイテムごとの戦略構築

情報発信基地

リアルタイムなテレマーケティングにより、市場の狙い打ちをする。 顧客タイプごとに商品・手法を提案し、より高度の高い情報を発信する

- 営業のサポート
- ・ 顧客データベースの蓄積、活用
- 顧客の定着(管理)
- 顧客とのコンタクトの手段
- 潜在顧客の掘り起こし