

**UNE CONNOTATION
PLUS POSITIVE.
POUR LE MARKETING SORTANT**

VOXTRON 
MEMBER OF



**Enhouse
Interactive**



Le terme « télémarketing sortant » revêt généralement une connotation négative.
En cause : le cold-calling, à savoir contacter des personnes qui n'ont aucun lien avec une entreprise.

Et pourtant, il peut s'agir d'un véritable atout pour un contact client de qualité. À condition de suivre la bonne approche.

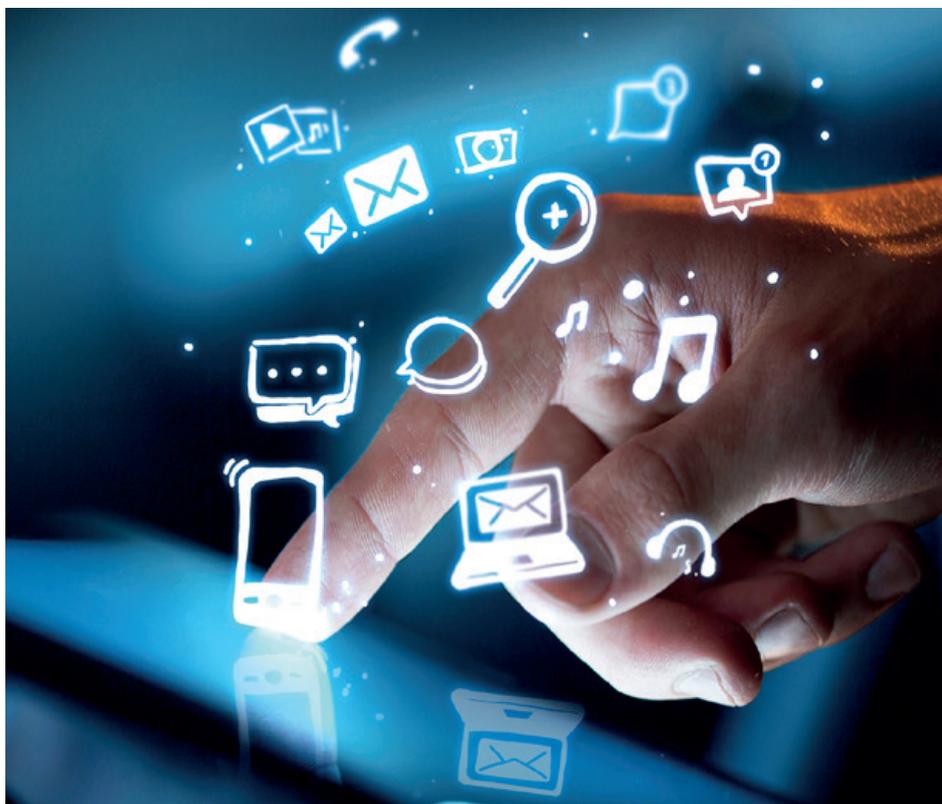
UN CLASSIQUE RÉINVENTÉ

Le télémarketing sortant peut donc être considéré sans hésiter comme la forme de marketing la plus traditionnelle encore employée aujourd'hui. « Traditionnelle » dans la mesure où le télémarketing sortant sert à attirer l'attention d'un client potentiel au moment et à travers le canal que vous estimez les plus appropriés.

Depuis plusieurs années, bon nombre d'outbound marketers se sont éloignés de cet aspect traditionnel. Seule l'orientation traditionnelle de la communication demeure : vous appelez le prospect. Les aspects négatifs disparaissent.

AMÉLIORER L'OUTBOUND GRÂCE À... L'INBOUND

Cette approche positive est due au fait que ces nouveaux outbound marketers intègrent une « note » inbound. À l'image du centre de contact du bureau de recouvrement néerlandais Syncasso, qui utilise des techniques inbound pour atteindre ensuite le client via un contact outbound à travers le canal le plus approprié à ce moment-là.



Approcher d'abord les prospects par le biais d'une autre voie permet d'éviter le cold-calling. On peut pour ainsi avoir recours à l'e-mail et au courrier postal, mais aussi à un formulaire de contact sur son site Internet ou un post sur les réseaux sociaux, des signaux qui intéressent tout un chacun à l'heure actuelle.



Vous ne contactez une personne qu'une fois qu'elle a témoigné son intérêt. Elle sait que vous allez l'appeler et considère donc votre télémarketing comme un service. Un moyen d'éviter les irritations, mais aussi d'augmenter vos chances de laisser une bonne impression de votre entreprise.

QUAND LE WEB SAUVE LE TÉLÉPHONE

Grâce à Internet, les consommateurs sont mieux informés que jamais sur votre entreprise, vos marques, vos promotions et vos produits. Ils sont plus à même d'esquiver le marketing traditionnel, voire d'initier le contact avec des entreprises et marques.

Internet leur permet de surfer sur votre site web et d'indiquer au moyen d'une option « Call me now » qu'ils sont intéressés par ce que vous faites. Le site est directement relié à un centre de contact. Dans certains cas même 7 jours sur 7 et 24 heures sur 24.

Le télémarketing sortant est également un excellent outil pour rappeler les gens qui vous ont demandé un devis en ligne. Un moyen rapide et pratique pour recruter de nouveaux clients.

PLUS D'INFOS ?

Prenez vite rendez-vous avec votre personne de contact habituelle chez Voxtron et découvrez comment convertir les tendances en nouvelles opportunités. **Réagissez dès aujourd'hui !**

Pour la Belgique, les Pays-Bas et la France

Jan Vidts
+32 475 34 55 55
jan.vidts@voxtron.com

Roger Van Schaeybroek
+32 472 89 76 05
roger.vanschaeybroek@enghouse.com

Voxtron
Hoogkamerstraat 304
B- 9140 Temse

T +32 3 760 40 20
F +32 3 760 40 21

www.voxtron.be
www.voxtron.nl
www.voxtron.com

COPYRIGHT

Tous les articles publiés dans notre cases et sur notre site sont protégés par le droit d'auteur. La reprise, même partielle, n'est permise que moyennant accord écrit préalable de Voxtron et en mentionnant Voxtron comme source ainsi qu'un lien vers www.voxtron.be