Empresas B2B externalizan el telemarketing como un aliado comercial

Durante el año 2014, el 74% de las empresas han externalizado algún servicio, de las cuáles el 48% subcontrató acciones de marketing y/o telemarketing, cifra que previsiblemente aumentará un 45% más durante el 2015

La puerta fría comercial ya no interesa. No es 1990. Existen multitud de canales y medios para captar nuevos clientes, fidelizar y popularizar un producto, servicio o marca comercial. Las redes sociales son el medio favorito utilizado por empresas cuyo cliente objetivo es el consumidor final; Entonces ... ¿De qué medios disponen las empresas con líneas de negocio B2B?

Enviar a un agente comercial a la calle requiere de un presupuesto y una inversión suficiente para cubrir gastos en desplazamientos y dietas, además de la confianza que debemos depositar en la persona que será el representante físico, y la primera imagen de la marca que queremos proporcionar. Gastos en seguridad social, vacaciones, bajas laborales e incluso suplencias y sustituciones no revistas son otros añadidos que también influyen en el cálculo de unos costes que muchas veces se disparan.

Las empresas encuentran en la externalización un aliado comercial perfecto. Agencias de telemarketing especializadas en servicios cross de preventa comercial, como es el caso de DRV Sistemas, proporcionan una serie de soluciones que permiten a sus clientes prospectar nuevos mercados, crear, abrir y cualificar oportunidades comerciales con nuevos potenciales clientes, además de repercutir un importante ahorro de costes gracias a las ventajas de la externalización.

Gracias a un reciente estudio – Ver infografía – durante el año 2014 el 74% de las empresas han externalizado algún servicio, de las cuáles el 48% subcontrató acciones de marketing y/o telemarketing, cifra que previsiblemente aumentará un 45% más durante el 2015. Si tenemos en cuenta que el 79% de las empresas considera las acciones de marketing o comercial como el eje central de sus estrategias para captar clientes, las cifras son realmente sorprendentes.

La reducción de costes, mejora cualitativa de la eficacia comercial, flexibilidad salarial y el aumento de competitividad son algunas de las principales razones por las que estas empresas deciden externalizar. Partiendo de esta base, se prevé que un 45% de las empresas que han externalizado durante el 2014, volverán a hacerlo en 2015 aumentando sus inversiones en outsourcing.

Es así como multinacionales, grandes empresas nacionales y pymes, ya sean fabricantes, partners o distribuidores con un modelo de negocio B2B encuentran en los servicios de telemarketing para preventa una interesante forma de cualificar y detectar oportunidades reales de negocio, concentrando los recursos comerciales existentes, optimizando resultados y reduciendo costes.

Datos de contacto:

DRV Sistemas, SLU

Outsourcing en marketing online y telemarketing

901010330

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Finanzas](#) [Marketing](#) [Recursos humanos](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>