



FILAD bvba  
Ottergemsesteenweg 703  
9000 Gent  
Tel. 09 243 99 29  
Fax 09 221 18 65  
info@filad.be

[www.filad.be](http://www.filad.be)

B.T.W. BE-0428.162.255  
Fortis 290-0408570-27

## Hoe dient een Outbound Telemarketingactie gepland te worden?

Aan iedere telemarketingactie gaat dus een grondige voorbereiding vooraf !

### De voorbereidingsfase

Tijdens deze inleidende fase moeten een aantal vragen een objectief antwoord krijgen:

- Wat en wie wens ik met mijn actie te bereiken ?
- Wat kan ik mijn respondent (diegene die men belt) bieden ?
- Waarom zou hij daarop ingaan ?
- Wie is trouwens mijn geschikte gesprekspartner binnen het bedrijf ?

Aan een actie beginnen zonder deze fase volledig uit te werken en zonder U in de plaats van de klant te stellen maken de kans op slagen zeer klein !

### De planning

Als de vorige fase afgewerkt is dan moeten de hiernavolgende aspecten onderzocht worden :

- Waar vinden we de adresgegevens ?
- Binnen welk timing dient de actie te verlopen ?
- Hoeveel mensen heb ik nodig ?
- Wie binnen ons bedrijf zou dit er nog kunnen "bijnemen" ?
- Doen we beroep op een externe organisatie ?

Hier dringt zich de vraag op : Wanneer is het nuttig om een extern telemarketingbedrijf in te schakelen ? Die vraag eenduidig beantwoorden is onmogelijk. De voor- en nadelen moeten afgewogen worden. De checklist in deze site kan U daarbij helpen.

Kan de commerciële dienst de respons aan ? Nog een vraag die zeker nu reeds dient gesteld te worden.

### De uitvoeringsfase

Eens de partijen gekozen werden, is het heel belangrijk hen zo vlug mogelijk in de besprekingen te betrekken. Het verhoogt de betrokkenheid en versneld de uitvoering. Wacht niet met het benoemen van de resultaten. Hou de informatiestroom zo kort mogelijk. Na de test bij een deel van de prospecten, moet de evaluatie van het resultaat U toelaten te besluiten of de actie kan doorgaan of enigszins gewijzigd dient te worden.

### De afsluitfase

De voorgaande fase is heel belangrijk voor de informatie maar de afsluitfase bepaalt het succes van een actie. De bekomen resultaten dienen het etiket "HOOGSTE PRIORITEIT" opgekleefd te krijgen !!

Dit lijkt evident en iedereen is daarvan overtuigd maar toch leert de praktijk dat de meeste acties hier falen.