

TELESONDEOS



El teléfono es un medio directo, rápido y eficaz de comunicación y que actualmente permite el poder acceder a cualquier tipo de persona, consumidor, lector, prescriptor, oyente, cliente, etc.

■ Indicado para:

- **MARKETING:** Llegar a los grupos que toman decisiones y conocerlos.
- **PUBLICIDAD:** Controlar la eficacia de su publicidad o la de sus competidores.
- **OPINION PUBLICA:** Consultas y seguimiento de estados de opinión actuales.
- **CLIENTELA:** Conocer mejor y de forma más precisa los diversos tipos de clientes.

■ Sus ventajas:

- ⇒ Permitir **llegar más fácilmente** a públicos cuyo acceso es difícil por la entrevista "a puerta".
- ⇒ **Superar las barreras** y distorsiones de la comunicación interpersonal.
- ⇒ **Disminución de negativas** y apresuramientos en las respuestas al ser posible el aplazamiento de la entrevista.
- ⇒ **Facilidad de aplicación** aumentando el número de encuestas por encuestador.
- ⇒ **Facilita el entrenamiento** y formación del **equipo de encuestadores** permitiendo introducir correcciones en la muestra o el cuestionario sobre la marcha, si fuera necesario.
- ⇒ Ejecución del estudio en un **tiempo menor**, lo que mejora la homogeneidad de la respuesta.
- ⇒ **Control y supervisión continuos**, tanto de la correcta aplicación del método como de la realización de la encuesta.
- ⇒ Tratamiento de los datos simultáneos a la realización de las entrevistas, lo que permite presentar los **resultados** a las **24 horas**.

Ventajas todas ellas que consiguen una mayor

- ✓ **Eficacia**
- ✓ **Rapidez**
- ✓ **Y el consiguiente menor costo.**



■ Algunas de sus aplicaciones:

MARKETING:

- Llegar a sus clientes potenciales, preguntar a los grupos que toman decisiones individuales, empresariales o profesionales.
- Conocer sus compras, hábitos y actitudes, sus equipamientos e inversiones.
- Evaluación de propuestas sobre nuevos productos o servicios

PUBLICIDAD:

- Para controlar la eficacia de su publicidad o de su competencia según el "medio" utilizado.
- Conocer si ha sido recibida, abierta, leída, descartada, archivada, recordada.
- Averiguar cómo ha sido comprendida, interpretada o valorada.
- Estudiar los efectos que produce en el conocimiento, notoriedad, imagen.

OPINION PUBLICA:

- Investigar temas sociológicos y sociopolíticos muy personales o delicados.
- Consultas y seguimiento de estados de opinión actuales.
- Barómetros de preferencias y popularidad.

CLIENTELA:

- Conocer la imagen que cada tipo de cliente tiene de nuestros productos o servicios, de nuestra organización.
- Identificación de problemas y actitudes.
- Establecer niveles de satisfacción, de usos y análisis de calidad percibida.

En **ATE Recursos Humanos** venimos realizando desde 1981 estudios en todas las áreas señaladas tanto de nivel local, regional como nacional, bien por cuenta nuestra o en colaboración o asociación con otras empresas del sector.

Fruto de nuestra experiencia hemos desarrollado métodos propios de investigación que permite realizar Estudios y Sondeos por teléfono con las garantías de fiabilidad de un estudio directo pero **mejorando la rapidez y reduciendo los costes de realización.**

Disponemos de medios y equipos para la realización de Encuestas Telefónicas por el **Sistema CATI con capacidad para 40 operadores**, cuatro coordinadores y dos supervisores, extracción de muestras por diferentes variables de una base de datos de teléfonos de España, con la posibilidad de que los datos pueden ser conocidos en **24 horas** lo que permite la evaluación de resultados y la rápida actuación o toma de decisiones.

■ *Llámenos si desea más información o quiere conocer algunas de las posibilidades que TELESONDEOS puede ofrecerles; nos complacerá demostrársela... **para que Ud. tome buenas decisiones.***

