

Люди постепенно привыкают к любому методу рекламы и маркетинга. То что было незнакомо и ново месяц назад, сейчас человек реагирует обыденно и еще через месяц устанет от этого. Благодаря постоянному развитию телекоммуникационных технологий можно придумывать совершенно новые, креативные и весьма интересные методы рекламы и маркетинга.

В России такая вещь как телемаркетинг и **услуги call центров** появились относительно недавно, активно развиваются но уже не так удивляют людей как ранее. Даже несмотря на это, можно и обычными каким-либо методами удивить и заинтересовать потенциальных клиентов и повысить узнаваемость Вашей фирмы.

Такая услуга call центров как горячая линия давно всем известна и уже не так удивляет людей. А если использовать этот уже стандартную услугу call центра как, к примеру, техническую поддержку какого либо web проекта или программного обеспечения. Режим работы горячих линий call центров, а работают они круглосуточно, и использование бесплатных номеров (начинающихся на 8-800) позволяет осуществлять техническую поддержку в любом регионе без региональных представительств.

Несколько лет назад в рекламный бизнес и телемаркетинг вошел новый вид торговли: «магазин на диване». Без услуг call центра не возможно было бы реализовать столь сложный проект. Программа крутилась по телевидению несколько десятков минут и видели её очень многие. Огромное количество входящих звонков начинало поступать при рекламной активности и традиционные на тот момент телекоммуникационные системы никак не смогли бы справиться с потоком входящих звонков. Много вызовов было не обработано и потеряно. А ведь из-за этого падает лояльность потребителей и потенциальных клиентов к фирме.

С помощью уникальных возможностей **call центров** эта проблема была быстро и грамотно решена. Операторы call центра быстро принимали и обрабатывали входящие вызовы во время рекламной активности компании, отвечали на стандартные вопросы, подготавливали продажи и переключали на менеджеров.

Фантазия маркетологов безгранична. На основе возможностей которые дают телемаркетинг и call центры можно реализовать очень многое и не стоит забывать что телекоммуникационные системы на данный момент находятся в состоянии активного развития и возможности постоянно растут равно как себестоимость реализации возможностей **call центров** падает.