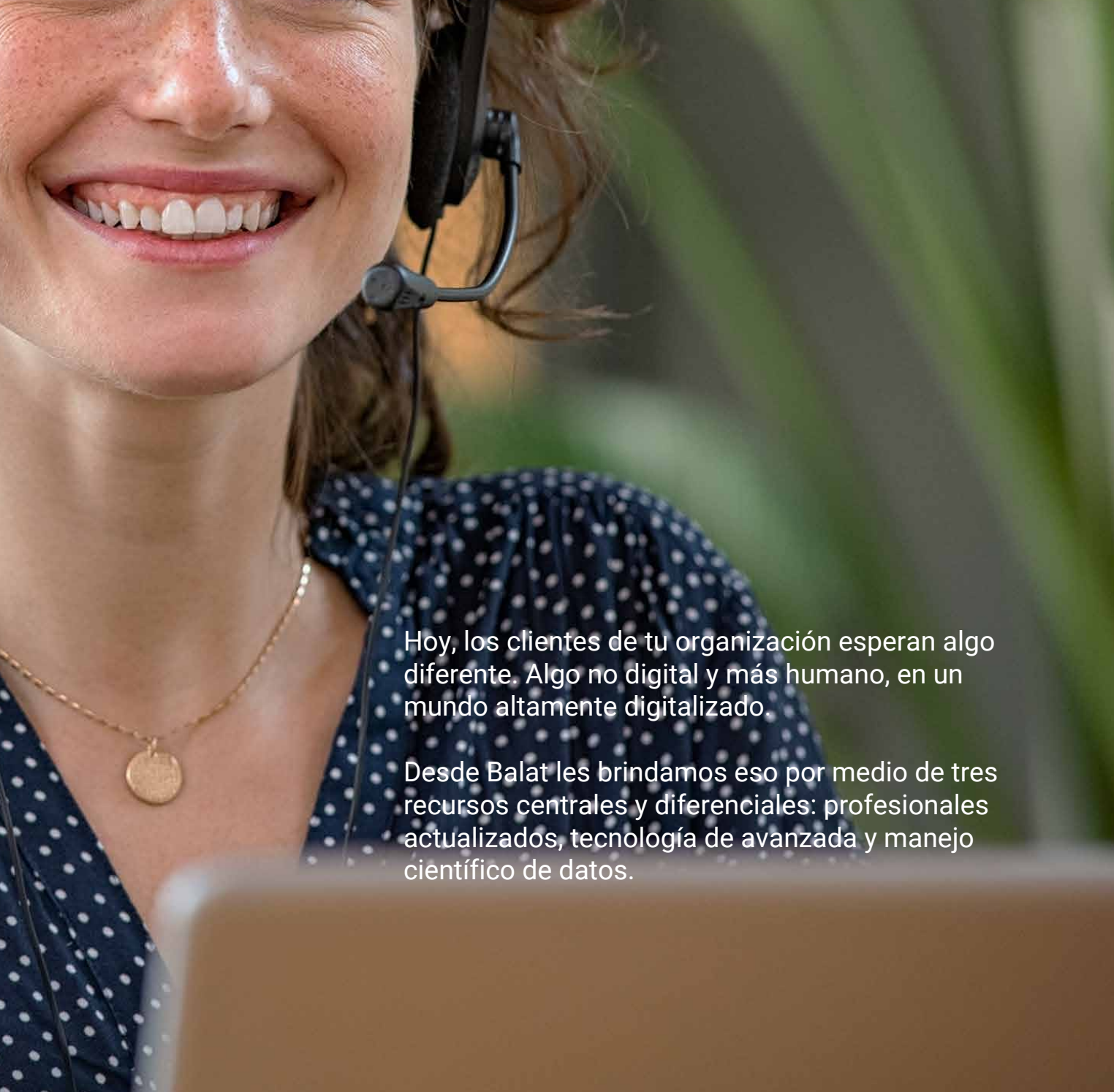


**Profesionales actualizados,
tecnología de avanzada
y manejo científico de datos:
el diferencial de nuestro
servicio de contact center.**



**TUS CLIENTES
ESPERAN ALGO
DIFERENTE**



Hoy, los clientes de tu organización esperan algo diferente. Algo no digital y más humano, en un mundo altamente digitalizado.

Desde Balat les brindamos eso por medio de tres recursos centrales y diferenciales: profesionales actualizados, tecnología de avanzada y manejo científico de datos.

Profesionales actualizados

Cada uno de los que formamos Balat somos profesionales actualizados.

Desde la colaboradora más junior hasta los mandos medios y la gerencia.

Tecnología de avanzada

Estamos todo el tiempo actualizando los recursos tecnológicos de avanzada que poseemos.

Es parte de nuestra vocación original y una exigencia indiscutida.

Manejo científico de datos

¿De qué sirve tener muchos datos si no se sabe cómo interpretarlos y aprovecharlos al máximo? El manejo científico nos permite ser más certeros y brindarle nuevas ideas a nuestros clientes.





VENTAS

Hacemos llamados de salida –o outbound– solo a personas que forman parte de las bases de datos de nuestros clientes.

Eso, junto con la segmentación, nos asegura un mayor nivel de éxito en cada ofrecimiento.

Por lo mismo, no trabajamos con bases de datos “frías” o de dudoso origen.

Y cuando un cliente no posee bases amplias o puestas al día, colaboramos en su construcción, deduplicación, actualización y enriquecimiento.

ATENCIÓN AL CLIENTE

Atendemos a empresas B2B –o business to business– y a compañías B2C –o business to client o consumer–.

Tenemos la suficiente flexibilidad, en nuestros equipos de colaboradores, como para atender desde decenas hasta miles de llamados entrantes diarios.

REDES SOCIALES Y MULTICANALIDAD

Sabemos que el consumidor está en varios dispositivos, redes y plataformas a la vez. Y que quiere recibir la misma calidez y personalización que en el teléfono.

Por eso, nuestro trabajo se enfoca en la centralización, la integración y la homogeneidad.

RECAUDACIÓN DE FONDOS

Algunas de las organizaciones no gubernamentales u ONG están con nosotros desde nuestros comienzos. Otras se sumaron en estos años.

Nuestra responsabilidad no solo es captar donaciones: también, lo es incrementar el valor vitalicio de cada donante –o lifetime value–.

El ciclo de la venta

El ciclo de la venta tiene 3 pasos:

1. La empresa define sus potenciales clientes –prospects o leads–
2. Se comunica con ellos para que realicen su primera compra o contratación
3. Desarrolla un servicio de posventa y realiza comunicaciones segmentadas: esto es la personalización. Así, con la compra repetitiva, surgen los verdaderos beneficios.

Aunque esto suene lógico y claro, numerosas compañías no logran salir de los pasos 1 y 2. E invierten amplios recursos para lograr solamente compradores de una sola vez, no clientes.

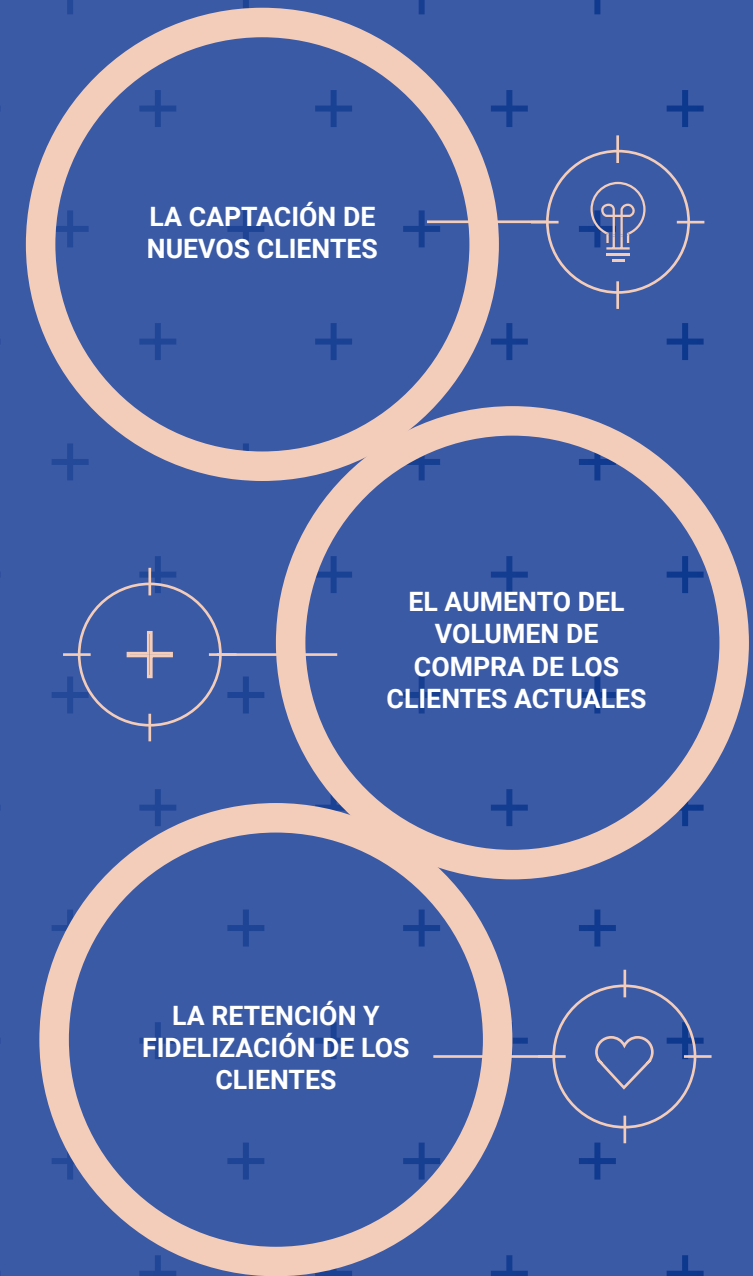


3 puntos a atacar

Para potenciar sus beneficios, toda compañía debe atacar 3 puntos a la vez:

1. La captación de compradores
2. La conversión de esos compradores en clientes repetitivos, aumentando el ticket de cada uno
3. La retención y fidelización de esos clientes

La experiencia a nivel local e internacional indica que los beneficios más significativos provienen de lo que se invierte en los clientes ya existentes, reteniéndolos, cautivándolos, deleitándolos y fidelizándolos.



Historia: una empresa diferente y clásica a la vez

+ EL INICIO: 1993

Nacemos bajo el nombre de Dial Database Marketing y el respaldo de M.T. –una empresa de Barcelona centrada en el marketing telefónico–.

+ LA DIFUSIÓN DE LA ACTIVIDAD: 1997/1999

Salvador Filiba, uno de los fundadores de la empresa, preside la Asociación de Marketing Directo e Interactivo de Argentina –AMDIA–. Desde allí, difunde las potencialidades, los beneficios y las mejores prácticas del telemarketing.

Al mismo tiempo, comienza la digitalización de nuestras operaciones.

+ LA COMPRA INTERNACIONAL: 1999

El grupo publicitario global McCann Erickson adquiere nuestra empresa, que comienza a denominarse McCann Relationship Marketing Argentina –MRM Argentina–. Su líder mundial es Stan Rapp, creador del concepto de Maximarketing.

+ EL BOARD: 2000

Como reconocimiento a sus logros, Salvador es nombrado miembro del Worldwide Board de McCann Relationship Marketing, de Nueva York.

+ GRAN PREMIO DEL JURADO: 2001

Recibimos el Gran Premio del Jurado a la Mejor Acción de Marketing Directo e Interactivo, otorgado por AMDIA a una campaña para nuestro cliente Chevrolet y su vehículo Astra.

La acción capta la atención de la publicación Advertising Age, de Estados Unidos, que la difunde y le brinda un alcance mundial.

+ LA RECOMPRA: 2003

Recompramos MRM Argentina y retornamos a nuestra denominación primitiva.

Historia: una empresa diferente y clásica a la vez

+ LA COMISIÓN DE EDUCACIÓN: 2004/2010

Salvador preside la Comisión de Educación de AMDIA, para hacer llegar a los educadores universitarios y a los futuros profesionales del marketing, la comunicación, la publicidad y la administración de empresas las ventajas del marketing multicanal.

+ EL MANUAL: 2010

Salvador codirige y coescribe el Manual de Marketing Directo e Interactivo, primero en su especialidad redactado exclusivamente por especialistas de Latinoamérica.

Stan Rapp tiene a su cargo el prólogo del libro, que edita AMDIA.

+ LA RENOVACIÓN: 2013

Cambiamos nuestra marca por Balat y sumamos nuevos servicios vinculados con la movilidad.

+ EL DESAFÍO INESPERADO: 2020/2021

En plena pandemia logramos mantener nuestros servicios, cuidando la salud de los colaboradores y potenciando el home office –al que nos asomamos unos años antes–. En esos años, además, incrementamos los resultados de nuestros clientes.

+ EL ANIVERSARIO N° 30: 2023

Celebramos 30 años de continuidad con más de **40 empresas atendidas**, cerca de **100.000 ventas logradas**, **30 millones llamados entrantes**, salientes e interacciones multicanal.

Además, **7 galardones** en certámenes como premios AMDIA y Amauta.

La gente que nos hace diferentes



Salvador Filiba
Presidente



Pablo Gagliardi
Director Comercial



Mariano González Varceló
Director de Operaciones



Darío Vaineras
Gerente de IT



Sergio Vallejos
Subgerente de Televentas



Nelson Noguera
Jefe de Call Center



Vanina Giordani
Jefa de Administración Financiera

Comprueba nuestro diferencial

Hacé [clic aquí](#) y te enviaremos un documento digital con cartas de referencias de nuestras empresas clientes.

La información aquí contenida es válida al momento de la creación de este documento.
Esa información puede variar sin previo aviso.

Todas las marcas son propiedad de sus respectivas compañías.

© Balat, 2023-2024. Todos los derechos reservados.





Suipacha 268, piso 1
C1008AAF Buenos Aires, Argentina
Tel. 0810-345-7070

Info@balat.com.ar
www.balat.com.ar

 facebook.com/balat.arg  linkedin.com/company/balat  Twitter: @balatarg  Instagram: @balat.ar