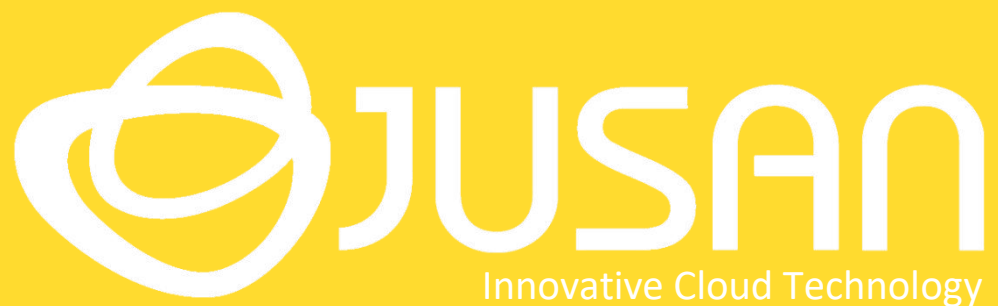


Fidelity

Telemarketing

Campañas salientes



Índi ce

FIDELITY TELEMARKETING	3
PRESENTACIÓN FUNCIONAL	4
ARQUITECTURA	5
MÉTODOS DE MARCACIÓN	6
PROGRESO DE CAMPAÑA	7
APLICACIÓN AGENTE	8
POP UP FICHA CLIENTE	8
POLÍTICAS DE RELAMADA	9
IMPORTACIÓN Y EXPORTACIÓN	10
GRABACIÓN DE LLAMADAS	10
FORMULARIOS WEB	11
INFORMES Y ESTADÍSTICAS	12
CASOS DE INFORMES	13
SOBRE JUSAN	14

Fidelity Telemarketing

Diseñado para gestionar campañas de llamadas salientes

Fidelity Telemarketing permite realizar automáticamente un gran número de llamadas a contactos cuyos números están almacenados en una base de datos. Permite también seguir el avance de la campaña, conocer en todo momento el número de llamadas realizadas, atendidas y pendientes, y almacenar los datos obtenidos durante las llamadas para uso posterior.

Fidelity Telemarketing es una solución de reconocido prestigio en el mercado y vendida en más de 20 países. Está basada en tecnologías SIP y CTI de última generación y permite **automatizar la realización de sondeos telefónicos**, encuestas de satisfacción de clientes, campañas de telemarketing y televentas, tareas de confirmación de citas o investigación de mercados y de forma general, cualquier campaña de llamadas usando marcación automática.

¿Quién necesita Fidelity Telemarketing?

Empresas cuya actividad sea...	Empresas cuya necesidad sea...
<ul style="list-style-type: none">- Realización de campañas de llamadas salientes.- Realización de sondeos y entrevistas telefónicas, telemarketing, televenta, investigación de mercados...	<ul style="list-style-type: none">- Contactar de forma masiva con sus abonados, clientes, usuarios, pacientes, suscriptores...- Realizar llamadas con menos recursos de personal.

Varios tipos de marcación automática Para adaptarse a todos los entornos y sectores

Permite marcación en modo **Vista Previa** donde la llamada se realiza a petición del agente, en modo **progresivo** con marcación automática sin intervención del agente y en modo **predictivo** permitiendo un mayor volumen de llamadas y uso de los recursos. Fidelity Telemarketing cuenta también con un exclusivo modo de marcación denominado **multi-progresivo**, que permite garantizar una mejor ocupación de los agentes y acortar el tiempo de realización de la campaña.

Una ventaja notable de la aplicación es su compatibilidad con la mayoría de las centralitas tradicionales (solo requiere un canal CTI operativo de tipo CSTA fase II o fase III, TAPI 2.0 o TSAPI) y con las centrales virtuales y en la nube.

Presentación funcional

Marcación automática de llamadas	Vista Previa, Progresiva, Multi-Progresiva y Predictiva
Preparación de campañas	Sencilla e intuitiva, con asistente gráfico
Formularios web inteligentes	Configurables mediante condiciones, listas, respuestas múltiples...
Multi-campaña	Soporta de forma simultánea múltiples campañas y múltiples formularios
Repetición de llamadas fallidas	Se realizan de forma automática y programable (no contestadas, comunicando...)
Aplazamiento de llamadas	Programable por fecha y hora, y totalmente personalizable a nivel de agente
Supervisión y seguimiento	En tiempo real: ratio de llamadas terminadas, estado de los agentes, llamadas pendientes de realizar...
Importación de datos previos	Desde cualquier fuente OLE DB. Por ejemplo: SQL, Oracle o Excel
Productividad y rendimiento	Amplia gama de estadísticas, informes y gráficos accesibles vía web
Alarmas y avisos	Al exceder la duración estimada de la llamada o el tiempo máximo de pausa de un agente
Grabación de llamadas	Bajo demanda, selectiva o permanente y según agentes y grupos
Encuestas post-llamadas	Número ilimitado de preguntas, resultados por agente o grupos Resultados disponibles en Excel
Exportación de resultados	Resultados disponibles en Excel. Evaluación de la productividad y del rendimiento de los agentes
Chat (mensajería instantánea)	Herramienta de apoyo entre supervisor y agente
Tiempo administrativo	Tiempo reservado para el agente entre dos llamadas consecutivas. (Wrap-up time)
Acceso web y Free Seating	Puestos de trabajo dinámicos. Login por usuario y contraseña desde cualquier ubicación
Solución modular y ampliable	Se puede ampliar o disminuir en cualquier momento el número de agentes, supervisores y canales de grabación de modo permanente o temporal

Arquitectura

Fidelity Telemarketing Un paquete listo para su uso

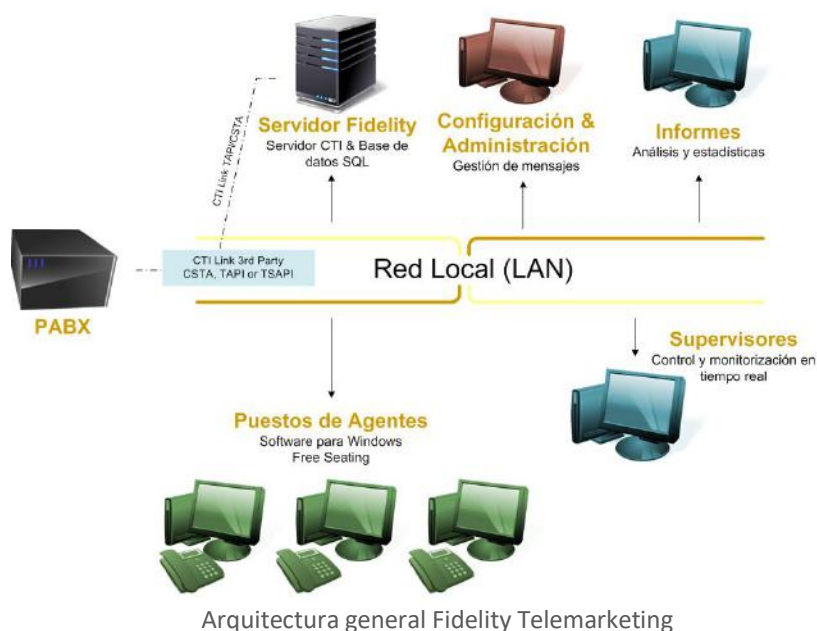
Es una aplicación para Windows basada en una arquitectura Cliente-Servidor, una base de datos SQL y tecnología SIP y CTI. El paquete básico incluye:

Software servidor: Fidelity Servidor CTI (TAPI, TSAPI, CSTA) + ICR + base de datos SQL Express.

Módulo informes y estadísticas: Para analizar la productividad y el rendimiento.

Módulo supervisor: Control del progreso de la campaña y gestión de la actividad de los agentes.

Módulo Agente: Para acceder al sistema y a todas las funciones de telefonía.



Fidelity Telemarketing Requiere los siguientes elementos informáticos

- | | |
|---------------------------|--|
| PC Servidor: | Windows Server 2008-2012, Pentium®, Intel® Core o equivalente (2GHz), compatible VMware - RAM: 4GB DDR
Base de Datos SQL Express suministrada |
| PC's Agentes: | Windows 7 y Windows 8 (no Starter, no Home) |
| PC's Supervisores: | Windows 7 y Windows 8 (no Starter, no Home) |

Métodos de marcación

Fidelity Telemarketing Soporta cuatro tipos de marcación

Vista Previa

En este método de marcación, el agente recibe en su pantalla los datos del contacto a llamar e inicia la llamada mediante un simple clic.

Este método requiere mayor seguimiento por parte del supervisor para controlar la actividad del agente.



Para campañas con gestiones previas a la llamada telefónica

Progresiva

La marcación progresiva realiza las llamadas automáticamente desde el teléfono del agente sin intervención del mismo y mostrando en su pantalla los datos del contacto. Cuando el contacto atiende la llamada, habla directamente con el agente.

Entre cada llamada y según el perfil del agente, se puede programar un tiempo administrativo.



Debido a su alta productividad, es el modo más utilizado en campañas de televenta o telemarketing.

Predictiva*

La marcación predictiva realiza las llamadas desde un grupo de extensiones reservadas para esta tarea.

Un algoritmo inteligente permite iniciar la marcación en función de datos estadísticos del pasado inmediato, tales como: duración media de llamada, tiempo medio de establecimiento de llamada y número de agentes. Puede ocurrir que una llamada sea contestada y que en ese momento no haya agentes disponibles para atenderla.



Recomendada para campañas con más de 25 agentes

Multi-progresiva*

Similar al modo predictivo, la marcación multi-progresiva realiza automáticamente múltiples llamadas pero sólo cuando detecta que un agente está disponible.

Este modo no se anticipa a la disponibilidad del agente sino que realiza las llamadas cuando existen agentes libres. Permite garantizar que un mayor número de llamadas se atiendan y que haya una mayor ocupación de los agentes.



Acorta el tiempo de inactividad de los agentes y garantiza la atención de las llamadas contestadas.

* Disponibles mediante licencia adicional.

Progreso de campaña

Fidelity Telemarketing Controlar el progreso de campañas

Es una herramienta que permite al supervisor controlar en cualquier momento el progreso de varias campañas de manera simultánea. El módulo progreso de campaña, permite un análisis completo de la campaña en función de una serie de parámetros: contactos no utilizados, actuales, pendientes, vencidos y finalizados.

		Progreso de campañas							02/09/2014 14:00:15
		CONTACTOS							
		NO FINALIZADOS							
Nombre	Tipo	Progreso	Total	No utilizados	Actuales	Pendientes	Vencidos	Finalizados	
No asiste a la cita	Progresiva	90,00%	10	0	1	0	0	9	
Seguimiento Calidad	Progresiva	93,75%	96	0	5	1	0	90	
Mantenimiento	Progresiva	77,66%	394	43	0	5	40	306	
Campaña de verano	Progresiva	99,85%	673	0	0	0	1	672	
No potenciales	Progresiva	89,55%	268	0	0	0	28	240	
Potenciales emailing	Progresiva	69,12%	68	0	0	0	21	47	
Fibra óptica	Progresiva	59,38%	613	209	1	2	37	364	
Televisión	Progresiva	25,33%	600	376	1	1	70	152	
ADSL	Progresiva	89,94%	348	0	0	0	35	313	
Campaña técnica	Progresiva	28,83%	777	490	0	4	59	224	
			3847	1118	8	13	291	2417	

Página 1 de 1 v 02.20.0044 Informe completo

Contactos no utilizados

Son los contactos aún por llamar y sin fecha establecida para su llamada.

Contactos actuales

Son los contactos cuya fecha establecida de llamada es hoy.

Contactos pendientes

Son los contactos que fueron llamadas previamente y que han sido aplazados por el agente.

Contactos vencidos

Son los contactos que fueron programados para una fecha concreta, que ya ha pasado. El software de manera inteligente los traspa a la categoría de contactos no utilizados para volver a intentar llamarles lo antes posible.

Contactos finalizados

Son los números que ya han sido contactados en la campaña y dados por finalizados a criterio del agente, independientemente que el objetivo haya sido satisfactorio o no.

Este informe también permite al supervisor conocer el modo de marcación y un porcentaje del avance de cada campaña para evaluar la necesidad de modificar el plan de actuación y la atribución de los recursos (agentes) de la campaña, o continuar con el entorno actual.

Aplicación Agente

Se trata de una aplicación disponible como módulo para Windows que se instala en el PC de cada agente o mediante navegador web. Permite iniciar sesión en el sistema, visualizar datos de llamadas, y controlar su teléfono desde el PC.

Los datos que se proporcionan son: el nombre de la campaña y el número llamado, o su nombre cuando es conocido.

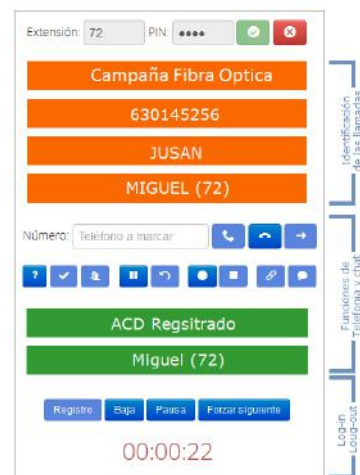
Desde esta pantalla, el agente puede controlar el teléfono y opcionalmente grabar llamadas a demanda.

Una mensajería "chat", permite al agente comunicarse con los supervisores a la vez que atiende la llamada.

El agente puede ponerse en pausa, reanudar la sesión, indicar el motivo de la pausa, e incluso introducir algún comentario adicional.



Su versión WEB no requiere instalación y permite a los agentes trabajar desde casa o desde cualquier otra ubicación.



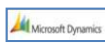
Fidelity Telemarketing Herramienta Pop Up

Fidelity Telemarketing ofrece un pop up con los datos de la llamada y un posible guión o cuestionario para facilitar la tarea del agente (formulario web personalizable).



Integración con CRM

Fidelity Telemarketing también puede integrarse con aplicaciones de tipo CRM o ERP para mostrar la ficha del cliente o contacto en la pantalla del agente y proporcionarle toda la información necesaria para gestionar correctamente la llamada.



Ver lista completa, consultar.

Existe una amplia gama de modos de integración compatibles con CRM/ERP (Web Services, HTML, XML, registros DB, archivos de texto, ejecutables e integración OCX).

Políticas de rellamada

Rellamadas Telemarketing Tres políticas disponibles

Fidelity Telemarketing permite la rellamada inteligente según tres criterios: número de intentos, franja horaria y llamadas aplazadas.

Número de intentos

Fidelity Telemarketing permite definir el número máximo de llamadas realizadas a un mismo contacto antes de descartarlo como no válido para la campaña.

Franja Horaria

La solución Telemarketing también ofrece la posibilidad de variar el horario de rellamada con el fin de aumentar las posibilidades de conseguir una respuesta. Este tipo de política se suele llevar a cabo cuando la llamada no ha sido atendida en una franja horaria concreta.

Ejemplo

Se realiza una llamada a las 10:00 que no ha obtenido respuesta. El software realizará la próxima llamada en otra franja (al mediodía, por la noche...) para intentar aumentar la probabilidad de que se atienda la llamada

Llamadas aplazadas

El software Telemarketing permite al agente la toma de citas telefónicas. Esta modalidad se realiza cuando agente y cliente concretan que la próxima llamada se realizará a una hora determinada.

El software realiza automáticamente la llamada a la hora establecida, e incluso ofrece la posibilidad de asignar la rellamada al mismo agente para mantener el vínculo y el histórico de la negociación o la venta.

Ejemplo

Cuando el agente consigue hablar con un cliente y éste le pide que llame en un momento más adecuado.

Importación y Exportación

Eficacia y facilidad en importación y exportación

Fidelity Telemarketing cuenta con una herramienta optimizada de importación y exportación de datos. El proceso es sencillo y puede llevarse a cabo antes, durante y después de la campaña.

Los números de teléfono que van a ser utilizados en la campaña pueden ser importados desde múltiples formatos, como por ejemplo: Excel, fichero Txt y Bases de Datos adquiridas o extraídas de los programas CRM o ERP del cliente (SQL, ODBC, Access...).

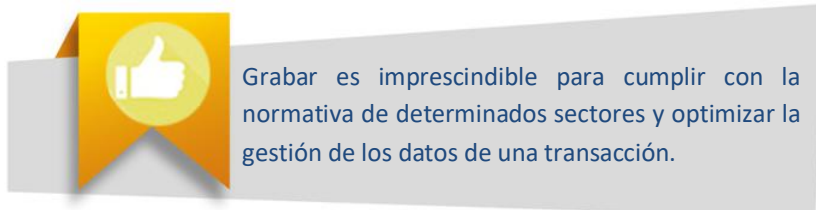
Durante la campaña, será posible añadir números de teléfono de posibles clientes a la base de datos o incluso modificar los ya existentes.

De la misma manera, los datos pueden ser exportados durante el transcurso de la campaña para hacer un balance provisional de los datos, o al finalizar la campaña, para establecer un estudio completo de los resultados obtenidos.

Grabación de Llamadas

Fidelity Telemarketing Integración con la gama Recall

Fidelity se puede integrar con las soluciones de la gama Recall para grabar todo tipo de llamadas de forma permanente, selectiva o bajo demanda (del agente/supervisor) tanto internas como externas y en cualquier tipo de línea o extensión.



Formularios web

Herramienta de creación Formularios personalizados

Fidelity Telemarketing se suministra con una herramienta dedicada a la creación de formularios basados en Web. Se trata de textos y cuestionarios personalizados y diseñados para cada campaña que recogen toda la información del cliente y el resultado de la conversación.

The screenshot shows a web form interface for 'Fidelity Promo. B'. It includes a 'Habiando' button and an 'INTRO' button. The form contains several fields: 'Teléfono' (98453281), 'Nombre y Apellidos', 'Dirección Postal', 'Comentario', 'Dirección E-mail', 'Móvil', 'Cuánto s personas viven en el domicilio', and 'Edad (opcional)'. There are also several checkboxes for preferences like 'Tiene algún inconveniente en comprar por teléfono', 'Le gustaría recibir por e-mail los detalles de nuestras ofertas del mes', and 'Le gustaría recibir por mensaje de texto en su móvil detalles de nuestras ofertas estrella'. At the bottom, there is a 'Resultado:' dropdown and 'GUARDAR' and 'CERRAR' buttons.

No se trata de formularios estáticos, sino que evolucionan a medida que avanza la conversación con el cliente y se adecuan según sus respuestas. Están diseñados para facilitar la tarea del agente. Suelen convertirse en el guión de la llamada y permiten al agente introducir respuestas o nuevos datos relevantes sobre el cliente.

En algunos casos, los formularios permiten al agente acceder a guías de ayuda durante la conversación.

La aplicación permite la creación de cada formulario en un tiempo muy reducido, Los datos introducidos por el agente son almacenados en la base de datos SQL, pudiendo ser exportados a Excel en cualquier momento.

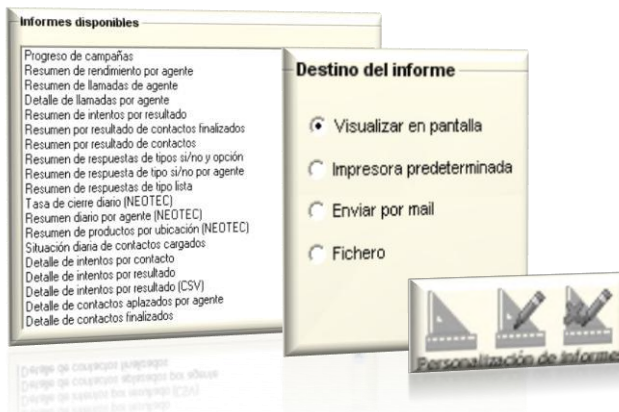
The screenshot shows a 'Forms - Edit form' window. It has a 'Description' field with 'Questionnaire - Smokers I', 'Owner' set to 'Administrator', and 'Theme' set to 'Winter'. Below are buttons for 'Add field', 'Delete field', 'Edit field', 'Add frame', 'Delete frame', 'Edit frame', 'Import structure', and 'Export structure'. On the right are 'OK', 'Result Codes', and 'Cancel' buttons. The main area is split into two panes: 'Form Designer' on the left with a tree view showing 'Page 1' containing 'Hello', 'Introduction 1', 'Introduction 2', 'Name & Surname', 'Telephone number', 'Age', 'Sex', and several questions about smoking; and 'Available fields' on the right with a table listing fields like 'Hello', 'Introduction 1', 'Introduction 2', 'Name & Surname', 'Telephone number', 'Age', 'Sex', 'Are you a smoker?', 'Do you smoke cigarettes', 'How many do you smoke a day?', 'Do you intend to give up smoking?', 'Would you smoke if the price was double', 'end space', and 'Thank you'.

Name	Description / Value	Type	Size	Mode
Hello	Good morning / afternoon	Comment	4000	Read only
Introduction 1	I am calling because we are un...	Comment	4000	Read only
Introduction 2	It only involves a few questions...	Comment	4000	Read only
Name & Surname	Name & Surname	Characters	255	Writable
Telephone number	Telephone number	Phone	25	Writable
Age	Age	Numeric	0	Writable
Sex	Sex	List	0	Writable
Are you a smoker?	Are you a smoker?	Yes/no	0	Writable
Do you smoke cigarettes	Do you smoke cigarettes	Yes/no	0	Writable
How many do you smoke a day?	How many do you smoke a da...	List	0	Writable
Do you intend to give up smoki...	Do you intend to give up smoki...	Yes/no	0	Writable
Would you smoke if the price w...	Would you smoke if the price ...	Yes/no	0	Writable
end space		Comment	4000	Read only
Thank you	Thank you for your time, it was ...	Comment	4000	Read only

Informes y estadísticas

Visualización Múltiple y optimizada

Fidelity Telemarketing ofrece una amplia gama de informes que facilitan las tareas del supervisor. Gracias a esta solución, se podrá establecer un control de la productividad y medir la eficiencia de la campaña de manera más rápida y automática.



Los informes pueden ser visualizados en pantalla, impresos y exportados a una gran cantidad de formatos: Excel, pdf, html, txt pero una de las características a destacar y tener en cuenta en Fidelity Telemarketing, es el envío periódico de informes vía e-mail.

La solución, ofrece la posibilidad de programar y personalizar informes que para una mayor facilidad de uso y acceso, son enviados vía e-mail al supervisor. De esta manera, la tarea de gestión, control y análisis de los resultados de la campaña, se ve facilitada.

Los informes están también disponibles en modo detallado o resumido para ofrecer una total comodidad al cliente, y pueden ser personalizados por fecha, hora y filtrados según diferentes criterios.

El módulo informes y estadísticas también ofrece un análisis completo relativo al número de llamadas realizadas, atendidas o no atendidas, válidas o no válidas, y abandonadas, pudiendo ser organizadas por agente, campaña o de forma global.

AGENTE	CAMPAÑA	GLOBAL
<ul style="list-style-type: none">- Sesiones por agente- Rendimiento por agente- Sesiones y pausas por agente	<ul style="list-style-type: none">- Progreso de campaña- Llamadas por agente- Respuestas de tipo lista- Contactos finalizados	<ul style="list-style-type: none">- Volumen de tráfico- Llamadas perdidas- Distribución por horas

Casos de informes

Contactos finalizados

Periodo: Del 20/11/2014 al 27/11/2014
Desde: 13:25:18 Hasta: 23:59:59
Horario: 08:00:00 a 20:00:00
Campañas: Encuesta A

Resumen por resultado de contactos finalizados

Campaña: Encuesta A	20 nov	21 nov	22 nov	23 nov	24 nov	25 nov	26 nov	27 nov	TOTAL	%
Resultado										
Procesado	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,0%
Faxmodem	11	8	16	21	9	0	16	22	103	1,72%
Reintentos superados	10	17	29	8	18	0	31	48	161	2,68%
No válido	17	20	25	27	16	0	19	25	149	2,48%
No existe	32	28	39	32	44	0	39	52	266	4,43%
Enviar catálogo	22	39	38	42	27	0	40	43	251	4,19%
Enviar catálogo y e-mail	30	41	46	45	38	0	51	56	307	5,12%
Enviar catálogo, e-mail y SMS	0	1	3	4	5	0	4	5	22	0,37%
Enviar solo E-mail	148	170	181	191	166	0	201	219	1276	21,27%
Enviar sólo SMS	1	2	3	1	1	0	3	4	15	0,25%
Enviar E-mail y SMS	4	6	5	5	5	0	7	8	40	0,67%
No le interesa	445	511	481	499	459	0	526	489	3410	56,83%
TOTAL - Contactos Finalizados	720	843	866	875	788	0	937	971	6000	
TOTAL - Llamadas	795	916	967	924	871	0	1053	1109	6635	
Efectividad % (Finalizadas/Llamadas)	90,6%	92,0%	89,6%	94,7%	90,5%	0%	89,0%	87,8%	90,4%	

Observaciones:

De los 6000 contactos finalizados, 1,911 (31,86%) quieren recibir algún tipo de información vía correo, e-mail o SMS, frente al 56,83% al que no le interesa.

Para cada contacto finalizado se han realizado 1,1 llamadas por lo que la efectividad de contactos finalizados vs. llamadas ha sido del 90%.

Observaciones:

En este ejemplo el informe muestra el total de llamadas realizadas para la campaña "Encuesta A" durante el día 13 de mayo (1053), junto con las llamadas perdidas (107 comunicando y no contestadas) y el tiempo de atención telefónica empleado (52:45:33).

Resumen de llamadas

Periodo: 13/05/2014 15/05/2014 12:44:35
Desde: 00:00:00 Hasta: 23:59:59
Horario: 08:00:00 a 20:00:00

Resumen de llamadas

Agente	Total	Perd	T. atención	Atención media	Atención max.
Mercedes A.	123	10	06:19:05	00:03:02	00:04:02
Aurora	133	14	06:32:17	00:03:08	00:04:28
Juan B.	119	12	06:05:17	00:03:12	00:05:12
Deli	121	12	05:58:18	00:02:59	00:03:59
Naim	57	7	03:31:17	00:03:15	00:04:25
Isabel	118	12	05:48:11	00:03:31	00:06:01
Elena	129	15	06:21:10	00:03:29	00:04:51
Mercedes M.	125	14	05:59:05	00:02:57	00:03:47
Carlos	0	0	00:00:00	00:00:00	00:00:00
Inés	118	11	06:10:27	00:03:19	00:04:49
TOTAL:	1053	107	52:45:33		

Progreso de campaña

13/05/2014 12:48:06

Progreso de campañas

Nombre	Tipo	Progreso	CONTACTOS			Finalizados
			Total	Disponibles	No disponibles	
Encuesta A	Progresiva	78,05%	6000	1193	124	4693
Encuesta B	Progresiva	0,0%	3500	3500	0	0

Observaciones:

Muestra el tiempo registrado y el tiempo en línea de cada agente del 13 al 26 de junio. En este ejemplo se pueden observar importantes diferencias en el tiempo medio de atención por llamada según los agentes (Aurora Castellanos, menos de 2 minutos por llamada, Isabel Rodríguez, más de 3 minutos por llamada).

Observaciones:

Presenta una visión del estado de la campaña en tiempo real. Vemos que la campaña "Encuesta A" está completada al 78,05% y que la campaña "Encuesta B" aún no lo ha empezado.

Sesiones por agente

Periodo: 13/05/2014 - 26/06/2014
Desde: 00:00:00 Hasta: 23:59:59
Horario: 08:00:00 a 18:00:00

28/06/2014 12:45:19

Resumen de sesiones por agente

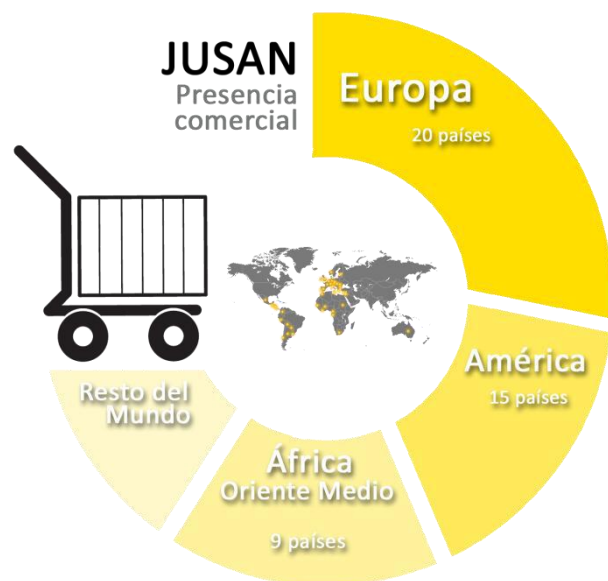
	T. registrado	T. pausa	% pausa	T. atención	% atención	Realizadas	Grabadas	Atención media
Mercedes Martínez	100:56:04	35:34:04	35,24 %	28:24:46	43,47 %	717	52	00:02:23
Juan Baptista	98:05:43	70:52:00	72,24 %	10:35:40	39,91 %	253	0	00:02:44
Elena González	30:57:42	22:02:01	71,16 %	08:00:16	69,85 %	208	26	00:02:19
Mercedes Alcáide	00:00:00	00:00:00	0,00 %	00:00:00	0,00 %	0	0	00:00:00
Isabel Rodríguez	143:47:54	83:41:18	44,29 %	31:06:20	38,83 %	516	34	00:03:37
Aurora Castellanos	00:00:00	24:04:29	0,00 %	20:36:08	0,00 %	902	0	00:01:54
Dalina Cristóbal	121:27:16	91:50:56	75,62 %	16:25:23	55,47 %	471	71	00:02:06
Naim Valero	00:39:57	00:00:00	0,00 %	00:51:25	100 %	23	0	00:02:14
Inés Barroso	83:26:18	00:12:11	0,24 %	00:50:26	1,01 %	18	0	00:02:48

Sobre Jusan

Jusan Creando valor añadido

Jusan es uno de los líderes a nivel mundial en soluciones telefónicas de valor añadido, con 40 años de experiencia en telecomunicaciones, y con productos reconocidos y certificados por las más prestigiosas empresas del sector, y presentes en más de 40 países.

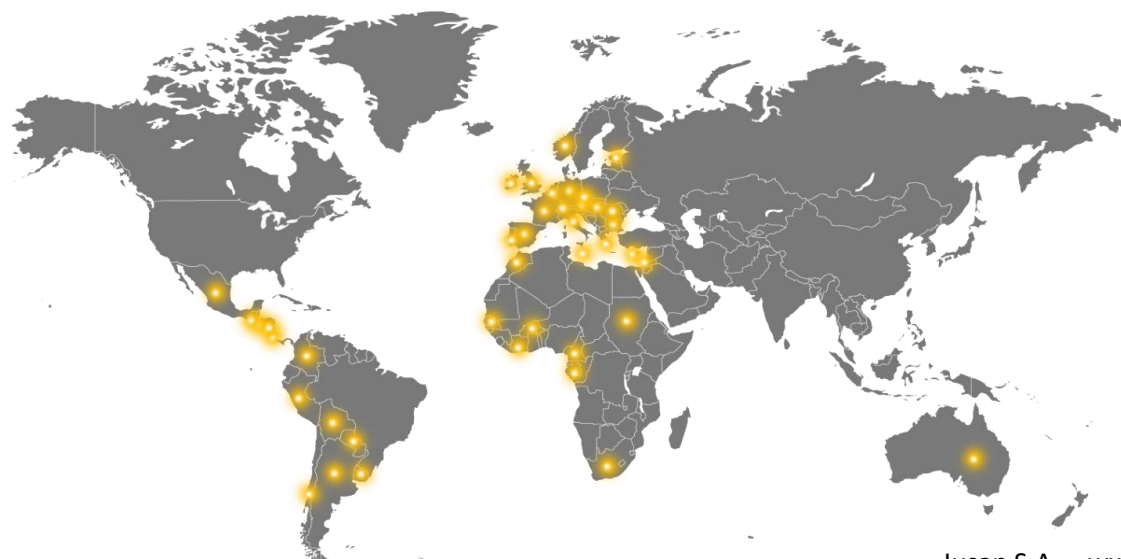
Jusan realiza su actividad comercial a través de una red consolidada de partners y mayoristas, en estrecha colaboración con operadores y fabricantes que certifican la interoperabilidad de las aplicaciones de Jusan con los sistemas telefónicos más prestigiosos del mercado.



Innovación y Fiabilidad Los dos ejes que definen la misión de Jusan

La empresa diseña, fabrica y comercializa una amplia gama de aplicaciones de valor añadido que incluyen soluciones Contact Center, grabadores de llamadas, aplicaciones CTI, soluciones IVR, y sistemas de tarificación y buffers.

En los últimos tiempos, Jusan está orientando parte de su actividad a las soluciones Cloud, y al modelo de negocio de Pago por Uso (SaaS), y sigue aportando valor mediante la realización de proyectos para responder a necesidades específicas de sus clientes.





www.jusan.es
marketing@jusan.es
tel. +34 914 560 110
fax +34 915 531 411
Twitter y Facebook



© Jusan S.A. 2017