
INFORMACJA PRASOWA

Warszawa, 29 czerwca 2010 roku

Rozstrzygnięto drugą edycję konkursu „Telemarketer Roku”

Zakończyła się II edycja konkursu TELEMARKETER ROKU 2010, którego finał odbył się podczas Gali Golden Arrow - 25 czerwca w warszawskim Centrum Artystycznym "Fabryka Trzciny", ul. Otwocka 14. Tytułami Telemarketera Roku wyróżniono pracowników takich firm jak UPC Polska, Bancom, Bank BPH. Temu ostatniemu przypadły dwa tytuły. Dodatkowo wyróżniono cztery osoby.

Jury konkursu w składzie: Honorata Lemiesz - Data Contact (Przewodnicząca), Marta Mańdzij - arvato, Andrzej Pichola - Polkomtel, Aleksandra Putek - PCM, Rafał Brożyna - ContactPoint, Elżbieta Gierczak - Bancom, Katarzyna Pietroń - Teleperformance, przyznało statuetki oraz wyróżnienia w następujących kategoriach:

Monika Rzeszowska – UPC Polska

Telemarketer Roku 2010 w Kategorii Sprzedaż Inbound

Kinga Świstak – Bancom

Telemarketer Roku 2010 w Kategorii Sprzedaż Outbound

Agata Jankowska – DataContact

Wyróżnienie w Kategorii Sprzedaż Outbound

Karolina Popławska - Bank BPH

Telemarketer Roku 2010 w Kategorii Obsługa Klienta

Paweł Suszek - Bank BPH

Wyróżnienie w Kategorii Obsługa Klienta

Marta Plesiewicz – Polkomtel

Wyróżnienie w Kategorii Obsługa Klienta

Marta Wrońska - Bank BPH

Telemarketer Roku 2010 w Kategorii Windykacja

Łukasz Malinowski – DataContact

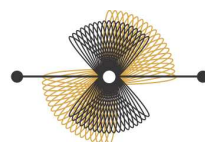
Wyróżnienie w Kategorii Help Desk



Od lewej: Kinga Świstak – Bancom Telemarketer Roku 2010 w Kategorii Sprzedaż Outbound, Marta Plesiewicz – Polkomtel Wyróżnienie w Kategorii Obsługa Klienta, Karolina Popławska - Bank BPH Telemarketer Roku 2010 w Kategorii Obsługa Klienta, Monika Rzeszowska – UPC Polska Telemarketer Roku 2010 w Kategorii Sprzedaż Inbound, Marta Wrońska - Bank BPH Telemarketer Roku 2010 w Kategorii Windykacja

GŁÓWNY SPONSOR

KONKURSU TELEMARKETER ROKU 2010



INTERACTIVE INTELLIGENCE®

Deliberately Innovative

O Stowarzyszeniu Marketingu Bezpośredniego

SMB istnieje od 1995 roku i w chwili obecnej zrzesza blisko 100 firm działających w sektorze szeroko rozumianego marketingu zintegrowanego. Firmy te podzielone są na siedem Grup Roboczych: agencyjna, bazodanowa, dostawcy i Klienci, e-commerce, interaktywna, telemarketingowa oraz wysyłkowa. SMB jest członkiem FEDMA (Federation of European Direct and Interactive Marketing), Federacji Związków Komunikacji Marketingowej (FZKM jest członkiem PKPP Lewiatan) oraz Związku Stowarzyszeń Rada Reklamy. Więcej informacji na <http://www.smb.pl/>