

LA FORMACIÓN ES LA CLAVE
DEL ÉXITO

Guía del Curso

Curso Práctico: Telemarketing

Modalidad de realización del curso: [Online](#)

Titulación: [Diploma acreditativo con las horas del curso](#)

OBJETIVOS

Sabemos, en la actualidad, debido a su crecimiento, la importancia del comercio en general y del marketing en general, ya que es la herramienta utilizada para ofertar los productos del mercado. El curso ofrece técnicas basadas en una vía distinta de oferta, a través de la vía telefónica, aspecto que facilitaría las comunicaciones y las ventas. Pero para ellos debería adquirirse las técnicas y cualidades necesarias para ello. Este curso aporta los conocimientos y técnicas, a desarrollar a través del teléfono, para saber aplicar las estrategias comerciales y la comunicación con el cliente.

CONTENIDOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. TELEMARKETING

1. Introducción
2. El telemarketing
3. Fases del telemarketing

UNIDAD DIDÁCTICA 2. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING

1. Los componentes de un sistema de información de marketing
2. Concepto, objetivos y aplicaciones de la investigación de mercados

3. Metodología para la realización de un estudio de investigación de mercados

UNIDAD DIDÁCTICA 3. TÉCNICAS DE ATENCIÓN CLIENTES

1. Tipología de clientes
2. Comunicación verbal y no verbal
3. Pautas de comportamiento:
4. Estilos de respuesta en la interacción verbal: asertivo, agresivo y no asertivo
5. Técnicas de asertividad:
6. La atención telefónica
7. Tratamiento de cada una de las situaciones de atención básica:
8. El proceso de atención de las reclamaciones en el establecimiento comercial o en el reparto domiciliario
9. Pautas de comportamiento en el proceso de atención a las reclamaciones:
10. Documentación de las reclamaciones e información que debe contener

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA FIGURA DEL TELEFONISTA COMO VENDEDOR

1. El vendedor
2. Tipos de vendedores
3. Características del buen vendedor
4. Tipos de ventas
5. Cómo tener éxito en las ventas
6. Actividades del vendedor
7. Nociones de psicología aplicada a la venta

UNIDAD DIDÁCTICA 5. CALIDAD Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

1. Introducción
2. Herramientas de medida de la calidad percibida (satisfacción del cliente)
3. Calidad percibida por el consumidor
4. Calidad del servicio
5. ¿Por qué medir la calidad percibida?

6. ¿Por qué resulta difícil medir la calidad percibida?
7. Herramientas para medir la satisfacción del cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 6. ADMINISTRACIÓN DEL CORREO

1. Administración del sistema
2. Optimización del rendimiento del sistema
3. Monitorización del sistema
4. Securitización del sistema

UNIDAD DIDÁCTICA 7. COMERCIO ELECTRÓNICO

1. Introducción
2. Concepto de comercio electrónico
3. Categorías del comercio electrónico
4. ¿Qué aporta el comercio electrónico para la empresa?
5. Aplicaciones de comercio electrónico en la empresa



C/ San Lorenzo 2 - 2
29001 Málaga



Tlf: 952 215 476
Fax: 951 987 941



www.academiaintegral.com.es
E-mail: info@academiaintegral.com.es