ACADEMIA INTEGRAL
CENTRO DE NUEVAS TECNOLOGIAS

LA FORMACIÓN ES LA CLAVE DEL ÉXITO

Guía del Curso

Guía básica de la atención telefónica al cliente

Modalidad de realización del curso: -

Titulación: Diploma acreditativo con las horas del curso

OBJETIVOS

Entender el proceso completo de la atención telefónica; controlar los elementos comunicativos básicos al teléfono; conocer los aspectos relacionados con la atención telefónica; aplicar las técnicas y herramientas necesarias para establecer una buena comunicación; y utilizar el teléfono como herramienta de atención y fidelización de clientes.

CONTENIDOS

CALIDAD Y SERVICIO.IMPORTANCIA DEL SERVICIO

1. Introducción
2. La calidad
3. El servicio
4. Importancia del servicio
5. Las normas iso 9000

LA ESTRATEGIA DEL SERVICIO

1. La gran importancia del cliente
2. Metodologías para recuperar a los clientes descontentos
3. Estrategias de servicio para empresas de servicios

LA COMUNICACIÓN DEL SERVICIO. NORMAS DE CALIDAD

1. Introducción
2. Materializamos el servicio minimizando riesgos
3. Discriminación de precios en una empresa de servicios
4. Motivar al personal
5. Normas de calidad del servicio
6. En busca de la perfección

LAS VENTAS. MOTIVACIÓN DEL COMPRADOR

1. Introducción
2. La empresa y las ventas
3. Tipos de ventas
4. Perfil de vendedor
5. El vendedor, la venta y las técnicas de comunicación
6. Creación de un equipo de ventas
7. Publicidad
8. Relaciones públicas y ventas
9. Factores determinantes de la compra
10. Compra, necesidad y motivación
11. Cualidades, ventajas y prioridades
12. Cualidades de los productos
13. Identificación y ciclo de vida de los productos

ATENCIÓN AL PÚBLICO

1. Introducción
2. La acogida

3. Clasificación de los clientes
4. Tratamiento de reclamaciones

INTRODUCCIÓN A LA COMUNICACIÓN

1. El proceso de comunicación
2. La comunicación en la venta
3. Barreras a la comunicación
4. La credibilidad de sandra como vendedora
5. El conocimiento del producto
6. La expresión oral
7. Escuchar con eficacia
8. La negociación, fases y estrategias
9. La argumentación de ventas y sus claves
10. Las objeciones y su tratamiento
11. El cierre de la venta: métodos y técnicas

EL TELÉFONO Y SU EMPLEO

1. Introducción
2. Prolegómenos históricos del teléfono
3. El teléfono. Tipos y aplicaciones
4. Empleo del teléfono
5. Diferentes tipos de llamadas
6. Los call centers

LA TELEFONISTA Y SU FORMACIÓN

1. Introducción
2. Cualidades que debe tener Sandra como telefonista
3. Competencias específicas de una telefonista
4. Instrucciones a la telefonista

EL TELEMARKETING

1. El teléfono en el telemarketing
2. Pros y contras de la realización de encuestas telefónicas
3. Técnica de telemarketing para búsqueda de clientes potenciales
4. Clases de estudios que suelen efectuarse mediante encuestas telefónicas
5. Fases de la encuesta telefónica

FORMAS DE HABLAR CON LA GENTE

1. ¿cómo podemos utilizar el lenguaje correctamente?
2. Control de la voz y del lenguaje
3. Diferentes formas de hablar con la gente
4. Los registros en la conversación telefónica
5. Actitudes positivas y negativas en el trato telefónico

ELEMENTOS Y FASES DE UNA CONVERSACIÓN TELEFÓNICA

1. Introducción
2. La actitud. Identificación del comunicante
3. Empleo del teléfono dentro de la empresa. Problemas de organización General
4. Elementos y fases de una conversación telefónica

ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA DEL SERVICIO TELEFÓNICO

1. Diferentes documentos administrativos del servicio telefónico

TRANSMISIÓN DE INFORMACIÓN AL RESTO DE LA EMPRESA. LÍNEAS 900

1. Realización de llamadas
2. Recepción de comunicaciones
3. Traspasos, ausencias y encargos

4. Líneas 900 / líneas 800 servicio de atención a clientes

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

ACADEMIA INTEGRAL
CENTRO DE NUEVAS TECNOLOGIAS