

Atención Telefónica

Modalidad:

e-learning con una duración 56 horas

Objetivos:

- Sensibilizar sobre la importancia de la calidad en el servicio y la necesidad de buscar los cero defectos.
- Conocer el proceso de comunicación, sus barreras y dificultades, destacando la necesidad de conseguir el feed-back de los clientes.
- Cómo comunicar eficazmente, cómo escuchar activamente, poniendo en práctica la asertividad y la empatía.
- Ver los factores que determinan la atención telefónica y cuáles son las buenas prácticas y recomendaciones para conseguir una atención telefónica exitosa.
- Aprender las técnicas de uso del teléfono como herramienta comercial: para concertar citas comerciales, para realizar ventas, para atender pedidos, etc.

Contenidos:

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTELIGENCIA EMOCIONAL APLICADA A LAS TÉCNICAS DE VENTA

Introducción
Cociente Intelectual e Inteligencia Emocional
El lenguaje emocional
Habilidades de la Inteligencia Emocional
Aplicación de la Inteligencia Emocional a la vida y éxito laboral
Establecer objetivos adecuados
Ventajas del uso de la Inteligencia Emocional en la empresa

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA NEGOCIACIÓN

Concepto de negociación.
Bases fundamentales de los procesos de negociación.

Tipos de negociadores.
Las conductas de los buenos negociadores.
Fases de la negociación.
Estrategias de negociación.
Tácticas de negociación.
Cuestiones prácticas de negociación.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL CIERRE DE LA VENTA. LA POSTVENTA

Estrategias para cerrar la venta
Tipos de clientes; cómo tratarlos
Técnicas y tipos de cierre
Cómo ofrecer un excelente servicio postventa

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ELEMENTOS, HABILIDADES Y TÉCNICAS COMERCIALES. LOS CALL CENTERS

Elementos de la comunicación comercial
Estrategias para mejorar la comunicación
Comunicación dentro de la empresa
Dispositivos de Información
Habilidades sociales y protocolo comercial
La comunicación verbal
Comunicación no verbal
La Comunicación Escrita
Técnicas y procesos de negociación
Bases fundamentales de los procesos de negociación
las conductas de los buenos/as negociadores/as
Estrategias y tácticas en la negociación
Fases de la negociación
Los Call Centers
La atención al cliente/a en el siglo XXI

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ATENCIÓN AL CLIENTE

Tipología de clientes
Atención al cliente
Aptitudes positivas para la venta
Situaciones difíciles con los clientes

Costes de un mal servicio al cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 6. TELEMARKETING

Introducción

Telemarketing

Acciones de venta del telemarketing

Promociones de ventas

Ventajas del telemarketing

Desventajas