



ÁREA: MARKETING Y PUBLICIDAD

ATENCIÓN TELEFÓNICA

40 horas

OBJETIVOS:

- Tener conocimiento de la importancia del proceso de comunicación con el objetivo de la atención al cliente.
- Conocer y saber utilizar todos los elementos que intervienen en el proceso de comunicación.
- Saber cuáles son las posibles reacciones del cliente en el proceso de venta.
- Poder controlar las quejas y reclamaciones que puedan surgir en base a los servicios o productos ofrecidos por una empresa o compañía.

ÍNDICE:

TEMA 1. COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN TELEFÓNICA

- 1.1. Introducción
- 1.2. Atención al cliente
- 1.3. Atención telefónica
- 1.4. Elementos que intervienen en la atención telefónica
- 1.5. La atención telefónica como medio de venta y compra

TEMA 2. ELEMENTOS QUE INTERVIENEN EN LA VENTA Y COMPRA DE FORMA DIRECTA

- 2.1. Proceso de comunicación
- 2.2. El medio de comunicación
- 2.3. El vendedor
- 2.4. El cliente

TEMA 3. PROCESO DE COMUNICACIÓN

- 3.1. Recepción de llamadas
- 3.2. Realización de llamadas
- 3.3. El feedback-escucha activa
- 3.4. La comunicación no verbal
- 3.5. La llamada en frío

TEMA 4. ASPECTOS EXTERNOS DE GRAN INFLUENCIA

- 4.1. Concepto de atención al cliente en el siglo XXI
- 4.2. Proceso de cierre de la llamada
- 4.3. Superación de filtros
- 4.4. Los teléfonos móviles



TEMA 5. LA TELEVENTA A TRAVÉS DEL TELÉFONO

- 5.1. Estrategias de venta
- 5.2. Telemarketing
- 5.3. Competencias de eficacia personal
- 5.4. Competencia de influencia
- 5.5. Empatía

TEMA 6. QUEJAS Y RECLAMACIONES

- 6.1. Acciones para analizar las necesidades del cliente
- 6.2. Acciones para responder al cliente
- 6.3. El comportamiento humano y el análisis de las necesidades de este
- 6.4. Una visión positiva de las quejas y reclamaciones
- 6.5. Orientaciones básicas y actitudes profesionales para atender las quejas y reclamaciones