



Curso online Práctico: Telemarketing



Working

Formación Integral S.L.

www.workingformacion.com

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

4. Los componentes de un sistema de información de marketing.
5. Concepto, objetivos y aplicaciones de la investigación de mercados.
6. Metodología para la realización de un estudio de investigación de mercados.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. TÉCNICAS DE ATENCIÓN CLIENTES.

7. Tipología de clientes.
8. Comunicación verbal y no verbal.
9. Pautas de comportamiento:
10. Estilos de respuesta en la interacción verbal: asertivo, agresivo y no asertivo.
11. Técnicas de asertividad:
12. La atención telefónica.
13. Tratamiento de cada una de las situaciones de atención básica:
14. El proceso de atención de las reclamaciones en el establecimiento comercial o en el reparto domiciliario.

15. Pautas de comportamiento en el proceso de atención a las reclamaciones:
16. Documentación de las reclamaciones e información que debe contener.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA FIGURA DEL TELEFONISTA COMO VENDEDOR

17. El vendedor
18. Tipos de vendedores
19. Características del buen vendedor
20. Tipos de ventas
21. Cómo tener éxito en las ventas
22. Actividades del vendedor
23. Nociones de psicología aplicada a la venta

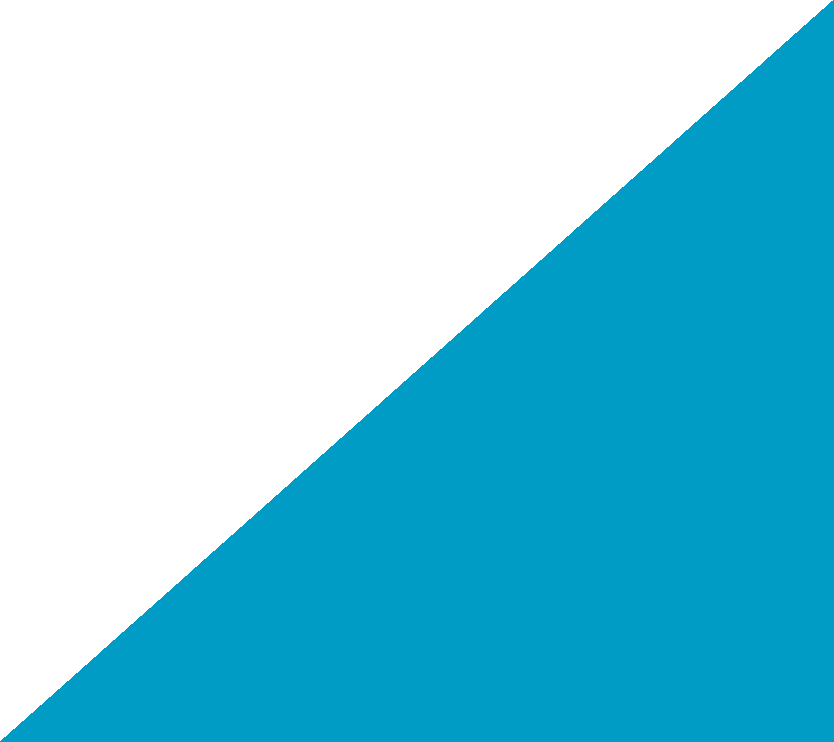
UNIDAD DIDÁCTICA 5. CALIDAD Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

24. Introducción
25. Herramientas de medida de la calidad percibida (satisfacción del cliente)
26. Calidad percibida por el consumidor
27. Calidad del servicio
28. ¿Por qué medir la calidad percibida?
29. ¿Por qué resulta difícil medir la calidad percibida?
30. Herramientas para medir la satisfacción del cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 6. ADMINISTRACIÓN DEL CORREO.

31. Administración del sistema
32. Optimización del rendimiento del sistema
33. Monitorización del sistema
34. Securitización del sistema

UNIDAD DIDÁCTICA 7. COMERCIO ELECTRÓNICO

35. Introducción.
 36. Concepto de comercio electrónico.
 37. Categorías del comercio electrónico.
 38. ¿Qué aporta el comercio electrónico para la empresa?
 39. Aplicaciones de comercio electrónico en la empresa.
- 

MODALIDAD

METODOLOGÍA

Online. Se entrega el material a través de nuestra plataforma virtual homologada. Contará con acceso a la misma las 24 horas al día los 365 días del año.

<http://cursosonline.workingformacion.com>

DURACIÓN

90 horas

IMPARTIDO POR

Tutor experto en la materia. Contará con apoyo a través de nuestra plataforma en todo momento.

Al finalizar el curso se hará entrega de un
DIPLOMA HOMOLOGADO





Working

Formación Integral S.L.

Paseo Rosales 32, local 9 50008 Zaragoza
976 242 109 - info@workingformacion.com

www.workingformacion.com

