

Telemarketing

Código del curso: PD257

Horas: 60

Descripción del curso:

Acerca de este curso

Cod: PD257

Unidad 1: Conozcamos el Telemarketing

Historia del Telemarketing

Conceptos y aplicaciones de Telemarketing

Ventajas y desventajas del uso del Telemarketing para las empresas

Perfil del buen teleoperador

Unidad 2: El Proceso de Comunicación

Conceptos y elementos de la comunicación

Importancia del feed-back y la escucha activa en las llamadas de telemarketing

Barreras comunicativas en la relación con el cliente

Programación neurolingüística y su aplicación al telemarketing

Unidad 3: Comunicación eficaz para el telemarketing

Variables telefónicas a controlar ante el cliente

Estilos de comunicación

Estructura y preparación de la llamada (emisión y recepción)

Unidad 4: La venta telefónica

Dimensiones de la relación comercial

Objeciones

El cierre comercial

Unidad 5: Atención al cliente

La importancia del cliente interno

Gestión de cobros

Gestión de llamadas conflictivas

¿Qué aprenderás?

Proporcionar a personas los conocimientos, destrezas y actitudes sobre marketing telefónico dirigido a la venta o servicio al cliente.

Conocer los orígenes del Telemarketing y su evolución hasta el momento actual.

Comprender qué es lo que hoy entendemos por Telemarketing, así como sus aplicaciones, ventajas y desventajas.

Definir los conocimientos, habilidades y conocimientos que marcan el perfil del buen teleoperador.

Unificar criterios respecto a la definición de La Comunicación.

Entender la interrelación entre los elementos que conforman el Proceso Comunicativo.

Adquirir conciencia del papel principal que tienen la Escucha Activa y el feedback como puntos clave para lograr una comunicación positiva.

Conocer para poder corregir, las barreras que pueden impedir la correcta transmisión del mensaje.

Comprender en qué consiste el modelo de La Programación Neurolingüística y su uso en el Telemarketing.

Conocer las variables a controlar en una conversación telefónica profesional.

Diferenciar entre el lenguaje negativo y positivo a utilizar en Telemarketing

Comprender la desventaja del lenguaje negativo y el efecto psicológico del positivo.

Tener claro la estructura de las llamadas de emisión y recepción y el porqué de las mismas.

Comprender las dimensiones de la relación comercial y la importancia de conocer el producto/servicio y de dar una imagen a priori positiva como paso previo a la venta.

Adquirir habilidades en el tratamiento de objeciones del cliente.

Entender los distintos tipos de cierre de la venta y su utilización estratégica.

Conocer en que se basa y cómo elaborar un argumentario de ventas eficaz.

Comprender el concepto de "Cliente Interno" y tomar conciencia de su importancia para la consecución de nuestros objetivos.

Adquirir habilidades de trato y comunicativas con respecto al "Cliente Interno".

Conocer las peculiaridades de las campañas de Recobros y Gestión de Reclamaciones.

Saber gestionar y estructurar las llamadas correctamente en aquellos proyectos que impliquen una mayor dificultad de trato al cliente Externo (Recobros, reclamaciones).