

Telemarketing

Curso

Objetivos

Conocer la influencia del uso telefónico en la proyección de imagen de empresa.

Aprender pautas de comunicación telefónica que incrementen la eficacia y productividad.

Hacer uso de la paralingüística del lenguaje (entonar, pausas, ritmo de habla...) para facilitar la comunicación con los clientes.

Saber estructurar llamadas de emisión o recepción y a desarrollar un argumentario.

Practicar técnicas de venta y aprender a tratar situaciones difíciles como las reclamaciones.

Dirigido a

Comerciales, recepcionistas, teleoperadores/as, personal administrativo y en general, todas las personas que tienen función de apoyo a departamentos de administración o comercial y/o se relacionan con los clientes a través del medio telefónico.

Contenidos

1. CALIDAD DE SERVICIO EN LA EMPRESA MODERNA

- Objetivos de la empresa moderna.
- La cadena de calidad: la atención al cliente es cosa de todos.
- Todos tenemos un cliente. Cliente interno vs. externo.
- La satisfacción del cliente desde su perspectiva.
- Factores implicados en la calidad percibida por el cliente.
- El cliente, sus necesidades, expectativas y percepciones.

2. LA COMUNICACION COMO BASE DE LA ATENCION AL CLIENTE

- La comunicación base de la calidad.
- ¿Qué es comunicación?.
- El feedback o retroalimentación.
- Las barreras en la comunicación.
- Cómo mejorar la capacidad para comunicar.
- Técnicas para recibir mensajes.
- Técnicas para emitir mensajes.

3. FACTORES DE LA COMUNICACION TELEFONICA

- La voz.
- La vocalización.

- La entonación.
- La elocución.
- El lenguaje.
- El silencio y la respiración.
- El uso del lenguaje en la atención telefónica.

4. EL TELEFONO Y LA PROYECCION DE IMAGEN

- Lo que gusta y disgusta a los clientes.
- Estructura de una conversación telefónica.
- Llamadas de recepción.
- Llamadas de emisión.
- Guía de conversación ó argumentario.

5. MODELO PARA EL TRATAMIENTO DE SITUACIONES DIFICILES

- Las llamadas de reclamación.
- Tratamiento eficaz de situaciones hostiles.
- ¿Qué decir y hacer?.
- ¿Qué no decir ni hacer?.

6. TECNICAS DE VENTA TELEFONICA

- La motivación como motor de la conducta.
- Descubrir las necesidades del cliente.
- Pautas para hacer buenas presentaciones.
- Superar las objeciones.
- Reconocer los signos de compra.