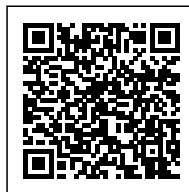


TELEMARKETING



SKU: PD257

Horas: 60

OBJETIVOS

Objetivo General

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

Objetivos Específicos

- 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).

CONTENIDO

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