



**Telemarketing**

## Objetivos

---

### □ **Objetivo General**

- Aplicar técnicas de comunicación, ventas y atención al cliente, orientadas a conseguir la máxima calidad del servicio telefónico y satisfacción del 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 feed-back 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).

## Contenidos

Telemarketing	Tiempo estimado
<p><b>Unidad 1:</b> Conozcamos el Telemarketing.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Historia del Telemarketing.</li> <li>• Concepto y aplicaciones del Telemarketing.                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Concepto de Telemarketing.</li> <li>○ Aplicaciones.</li> </ul> </li> <li>• Ventajas y desventajas del uso del Telemarketing para las empresas.                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Ventajas y desventajas del uso del Telemarketing para las empresas: I.</li> <li>○ Ventajas y desventajas del uso del Telemarketing para las empresas: II.</li> <li>○ Ventajas y desventajas del uso del Telemarketing para las empresas: III.</li> </ul> </li> <li>• Perfil del buen teleoperador.                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Perfil del buen trabajador.</li> <li>○ Patrón para la selección de un agente telefónico: I.</li> <li>○ Patrón para la selección de un agente telefónico: II.</li> </ul> </li> </ul>	<b>8,30 horas</b>
Cuestionario de Autoevaluación UA 01	<b>30 minutos</b>
Actividad de Evaluación UA 01	<b>1 hora</b>
Tiempo total de la unidad	<b>10 horas</b>
<p><b>Unidad 2:</b> El proceso de comunicación.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conceptos y elementos de la comunicación.                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Conceptos y elementos de la comunicación: I.</li> <li>○ Conceptos y elementos de la comunicación: II.</li> </ul> </li> <li>• Importancia del feed-back y la escucha activa en las llamadas de telemarketing.                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ ¿Qué es la escucha activa?</li> <li>○ Feed-back y escucha activa en Telemarketing I.</li> <li>○ Feed-back y escucha activa en Telemarketing II.</li> </ul> </li> <li>• Barreras comunicativas en la relación con el cliente.                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Entropía I.</li> <li>○ Entropía II.</li> <li>○ Inferencias.</li> </ul> </li> </ul>	<b>13,30 horas</b>

<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Falta de precisión y tendencia a evaluar.</li> <li>○ Mensajes imperativos.</li> <li>○ Dobles mensajes.</li> <li>○ Falta de empatía.</li> <li>○ Falta de asertividad I.</li> <li>○ Falta de asertividad II.</li> <li>○ Entrenamiento asertivo y modelo de comunicación.</li> <li>○ Estilos de comportamientos.</li> <li>● Programación neurolingüística y su aplicación al telemarketing.             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Qué es la Programación Neurolingüística (PNL).</li> <li>○ Bases de la PNL.</li> <li>○ Grupos de comunicación según el soporte neurológico.</li> </ul> </li> </ul>	
<p>Cuestionario de Autoevaluación UA 02</p>	<p><b>30 minutos</b></p>
<p>Actividad de Evaluación UA 02</p>	<p><b>1 hora</b></p>
<p>Tiempo total de la unidad</p>	<p><b>15 horas</b></p>
<p><b>Unidad 3:</b> Comunicación eficaz para el Telemarketing.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Variables telefónicas a controlar ante el cliente.             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ La acogida.</li> <li>○ Sonrisa telefónica.</li> <li>○ El tono de voz: Volumen y enunciación.</li> <li>○ El tono de voz: Modulación o entonación.</li> <li>○ Ritmo de elocución.</li> <li>○ Articulación.</li> <li>○ Tratamiento.</li> <li>○ Postura física.</li> <li>○ Ruidos e inferencias y disponibilidad de ayuda.</li> <li>○ Silencios y Feed Back.</li> <li>○ Adaptación del trato: Tipología de interlocutores.</li> <li>○ Adaptación del trato: Clientes entusiastas, meticulosos y habladores.</li> <li>○ Adaptación del trato: Clientes desconfiados, sabiondos, indecisos, herméticos y conflictivos.</li> <li>○ Adaptación del trato: Técnicas que favorecen la relación con el cliente.</li> </ul> </li> <li>● Estilos de comunicación.             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Evitar un lenguaje negativo.</li> <li>○ Emplear un lenguaje positivo.</li> </ul> </li> <li>● Estructura y preparación de la llamada (emisión y recepción).             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Estructura de la llamada en recepción: Aspectos generales.</li> </ul> </li> </ul>	<p><b>13,45 horas</b></p>

<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Estructura de la llamada en recepción: Tratamiento y cierre.</li> <li>○ Estructura de la llamada en recepción: Procedimiento.</li> <li>○ Estructura de la llamada en emisión: Acogida de la llamada.</li> <li>○ Estructura de la llamada en emisión: Cierre de la venta.</li> <li>○ Estructura de la llamada en emisión: Despedida.</li> </ul>	
Cuestionario de Autoevaluación UA 03	<b>30 minutos</b>
Actividad de Evaluación UA 03	<b>45 minutos</b>
Tiempo total de la unidad	<b>15 horas</b>
<p><b>Unidad 4:</b> La venta telefónica.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dimensiones de la relación comercial. <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Dimensiones de la relación comercial I.</li> <li>○ Dimensiones de la relación comercial II.</li> <li>○ Dimensiones de la relación comercial III.</li> <li>○ Dimensiones de la relación comercial IV.</li> </ul> </li> <li>• Objeciones. <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Tipos de objeciones.</li> <li>○ Actitud ante el cliente que presenta objeciones.</li> <li>○ Técnicas de respuesta a las objeciones I.</li> <li>○ Técnicas de respuesta a las objeciones II.</li> <li>○ La objeción precio/coste.</li> </ul> </li> <li>• EL cierre comercial. <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Técnicas para cerrar la venta.</li> <li>○ El argumentario de venta.</li> </ul> </li> </ul>	<b>8,45 horas</b>
Cuestionario de Autoevaluación UA 04	<b>30 minutos</b>
Actividad de Evaluación UA 04	<b>45 minutos</b>
Tiempo total de la unidad	<b>10 horas</b>

<p><b>Unidad 5:</b> Atención al cliente.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La importancia del cliente interno. <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Barreras en la comunicación.</li> <li>○ Conductas no verbales inadecuadas.</li> <li>○ Conductas no verbales adecuadas y asertivas.</li> </ul> </li> <li>• Gestión de cobros. <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Actitudes y aptitudes de los teleoperadores.</li> <li>○ Personalidad de los teleoperadores.</li> </ul> </li> <li>• Gestión de llamadas conflictivas. <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Gestión de reclamaciones.</li> <li>○ Secuencia de gestión de reclamaciones: Preparación y toma de contacto.</li> <li>○ Secuencia de gestión de reclamaciones: Motivo de la llamada y argumentación en las reclamaciones.</li> <li>○ Sondeo en una llamada de reclamación.</li> <li>○ Reformulación de la reclamación.</li> </ul> </li> </ul>	<b>8,45 horas</b>
Cuestionario de Autoevaluación UA 05	<b>30 minutos</b>
Actividad de Evaluación UA 05	<b>45 minutos</b>
Tiempo total de la unidad	<b>10 horas</b>
<b>5 unidades</b>	<b>60 horas</b>