



Telemarketing

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 las 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).

Contenidos

60 horas	Telemarketing
10 horas	<ul style="list-style-type: none"> □ Unidad 1: Conozcamos el Telemarketing <ul style="list-style-type: none"> ○ Historia del Telemarketing ○ Conceptos y aplicaciones de Telemarketing ○ Ventajas y desventajas del uso del Telemarketing para las empresas ○ Perfil del buen teleoperador
15 horas	<ul style="list-style-type: none"> □ Unidad 2: El Proceso de Comunicación <ul style="list-style-type: none"> ○ 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
15 horas	<ul style="list-style-type: none"> □ Unidad 3: Comunicación eficaz para el telemarketing <ul style="list-style-type: none"> ○ Variables telefónicas a controlar ante el cliente ○ Estilos de comunicación ○ Estructura y preparación de la llamada (emisión y recepción)
10 horas	<ul style="list-style-type: none"> □ Unidad 4: La venta telefónica <ul style="list-style-type: none"> ○ Dimensiones de la relación comercial ○ Objeciones ○ EL cierre comercial
10 horas	<ul style="list-style-type: none"> □ Unidad 5: Atención al cliente <ul style="list-style-type: none"> ○ La importancia del cliente interno ○ Gestión de cobros ○ Gestión de llamadas conflictivas
60 horas	5 unidades didácticas