



COMM081PO. Técnicas de venta en el telemarketing

Objetivos

□ **Objetivo General**

- Diferenciar los tipos de acciones de marketing telefónico, así como definir e identificar las necesidades y tipos de cliente y asimilar y ejecutar las técnicas de venta.

□ **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.
- Estudiar el concepto y origen del término necesidad.
- Identificar las diferentes tipologías de necesidades según Maslow.
- Analizar los diferentes clientes existentes atendiendo a su personalidad.
- Identificar los rasgos característicos de las preguntas utilizadas para identificar las necesidades.
- Analizar los parámetros a utilizar durante las preguntas dedicadas a conocer el nivel de satisfacción por parte del cliente.
- Conocer los efectos o consecuencias de los conflictos y las posibles vías de resolución.
- Estudiar el concepto de marketing en todas sus modalidades.
- Conocer las diferentes técnicas de comerciales que se pueden aplicar en las diferentes fases de la venta.

Contenidos

| COMM081PO. Técnicas de venta en el telemarketing | Tiempo estimado |
|---|------------------------|
| <p>Unidad 1: El marketing telefónico.</p> <ul style="list-style-type: none"> • El marketing telefónico. <ul style="list-style-type: none"> ○ ¿Qué es el Telemarketing? I. ○ ¿Qué es el Telemarketing? II. ○ Ventajas y desventajas del uso del Telemarketing para las empresas: I. ○ Ventajas y desventajas del uso del Telemarketing para las empresas: II. ○ Ventajas y desventajas del uso del Telemarketing para las empresas: III. • Tipos de acciones del marketing telefónico. • La campaña de marketing telefónico. <ul style="list-style-type: none"> ○ El diseño de una campaña de telemarketing. ○ Perfil del buen trabajador: I. ○ Patrón para la selección de un agente telefónico: I. ○ Patrón para la selección de un agente telefónico: II. • ¿Quiénes son los clientes? <ul style="list-style-type: none"> ○ Adaptación del trato: clientes entusiastas, meticulosos y habladores. ○ Adaptación del trato: Clientes desconfiados, sabiondos e indecisos. ○ Adaptación del trato: clientes herméticos y conflictivos. | |
| Cuestionario de Autoevaluación UA 01 | 30 minutos |
| Actividad de Evaluación UA 01 | 1 hora |
| Tiempo total de la unidad | 10 horas |

| | |
|--|--------------------------|
| <p>Unidad 2: La orientación a las necesidades de los clientes y las bases de la comunicación telefónica.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definición de la necesidad. <ul style="list-style-type: none"> ○ Necesidad, deseo y demanda. • Necesidades explícitas, implícitas y motivaciones. <ul style="list-style-type: none"> ○ Descubrir la motivación del cliente. • Tipos de necesidades. <ul style="list-style-type: none"> ○ Necesidades fisiológicas. ○ Tipos de necesidades fisiológicas. ○ Necesidades de seguridad. ○ Necesidades sociales. ○ Necesidades de reconocimiento. ○ Necesidades de autorealización. • Tipologías de clientes. <ul style="list-style-type: none"> ○ Gestión de clientes difíciles. ○ Instrumentos para tratar clientes difíciles. ○ Herramientas para reconducir emociones negativas. | |
| <p>Cuestionario de Autoevaluación UA 02</p> | <p>30 minutos</p> |
| <p>Actividad de Evaluación UA 02</p> | <p>1 hora</p> |
| <p>Tiempo total de la unidad</p> | <p>10 horas</p> |
| <p>Unidad 3: Estructura para el desarrollo de necesidades en los clientes.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Técnica de desarrollo de necesidades. <ul style="list-style-type: none"> ○ Necesidades de los clientes en RRSS. ○ Cómo conseguir el compromiso del cliente. ○ Cuestionario: herramienta para detectar las necesidades del cliente. • Preguntas para contextualizar la necesidad a tratar. • Preguntas para situar el nivel de satisfacción del cliente. <ul style="list-style-type: none"> ○ ¿Cómo medir la satisfacción de los clientes? ○ Fidelizar a los clientes satisfechos. • Preguntas sobre los efectos o consecuencias del problema. <ul style="list-style-type: none"> ○ Generar confianza a través del tono de voz. ○ Utilización de un lenguaje positivo. ○ Tratamiento de quejas y reclamaciones telefónicas. ○ Resolución de problemas. • Preguntas de solución. <ul style="list-style-type: none"> ○ Fases de un conflicto. | |
| <p>Cuestionario de Autoevaluación UA 03</p> | <p>30 minutos</p> |
| <p>Actividad de Evaluación UA 03</p> | <p>1 hora</p> |

| | |
|--|-------------------|
| Tiempo total de la unidad | 10 horas |
| <p>Unidad 4: Técnicas de venta aplicadas al telemarketing.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Introducción al marketing. <ul style="list-style-type: none"> ○ Nacimiento del marketing tradicional. • Técnicas comerciales. <ul style="list-style-type: none"> ○ Dimensiones de la relación comercial I. ○ Dimensiones de la relación comercial II. ○ Dimensiones de la relación comercial III. ○ Dimensiones de la relación comercial IV. • Fases de la entrevista de venta. <ul style="list-style-type: none"> ○ Las objeciones. ○ Tipos de objeciones. ○ La objeción precio/coste. ○ El cierre comercial. ○ Técnicas para cerrar la venta I. ○ Técnicas para cerrar la venta II. • Actividades. Funciones del vendedor/teleoperador. • Seguimiento del cliente. | |
| Cuestionario de Autoevaluación UA 04 | 30 minutos |
| Actividad de Evaluación UA 04 | 1 hora |
| Tiempo total de la unidad | 10 horas |
| Examen final | 1 hora |
| 4 unidades | 40 horas |