Fórmate Sin Coste
info@formatesincoste.com
Tfno: 956 074 222/655 617 059
Fax: 956 922 482

Técnicas de ventas y atención telefónica a clientes

Duración: 60 horas

Modalidad: Online

Coste Bonificable: 420 €

Objetivos del curso

No se vende más el mejor producto o servicio, sino el que mejor se sabe vender". Esta máxima, en el mundo de la venta, es simplemente una realidad. Por un pequeño error se puede escapar una venta, de ahí la importancia de conocer las técnicas que dentro del marketing se dirigen a conseguir cerrar una venta. Este curso eminentemente práctico, nos descubre todos los aspectos que un profesional de la venta debe dominar desde la planificación, la comunicación, el contacto, la presentación…hasta cómo superar las objeciones o impedimentos que surgen en el proceso de venta. Utilizar las técnicas de comunicación telefónica, tanto a nivel de emisor como de receptor y gestionar de una manera rápida y eficaz las necesidades de los clientes.

Contenidos

Técnicas de ventas

1 Organización del entorno comercial

1.1 Estructura del entorno comercial

1.2 Macroentorno

1.3 Microentorno

1.4 Comercio al por menor

1.5 Comercio al por mayor

1.6 Agentes

1.7 Formulas y formatos comerciales

1.8 Evolución y tendencias de la comercialización

1.9 Estructura y proceso comercial de la empresa
1.10 Posicionamiento e imagen de marca del producto
1.11 Normativa general sobre comercio
1.12 Derechos del consumidor

2 Gestión de la venta profesional

2.1 El vendedor profesional
2.2 Clases de vendedor
2.3 Los conocimientos del vendedor
2.4 Motivación y destreza
2.5 Organización del trabajo del vendedor profesional
2.6 Manejo de herramientas de gestión de tareas y planificación de visitas
2.7 Planificación

3 Documentación propia de la venta de productos y servicios

3.1 Documentos comerciales
3.2 Documentos de pago
3.3 Documentos propios de la compra-venta
3.4 Normativa y usos habituales
3.5 Elaboración de la documentación
3.6 Aplicaciones informáticas

4 Cálculo y aplicaciones propias de la venta

4.1 Operativa básica de cálculo aplicado a la empresa
4.2 Cálculo de PVP
4.3 Precio mínimo de venta
4.4 Precio competitivo
4.5 Estimación de costes de la actividad comercial
4.6 El IVA
4.7 Impuestos especiales
4.8 Cálculos de descuentos y recargos comerciales
4.9 Descuentos
4.10 Recargos comerciales
4.11 Cálculo de rentabilidad y margen comercial

4.12 Cálculo de comisiones comerciales
4.13 Cálculo de cuotas y pagos aplazados
4.14 Aplicaciones de control y seguimiento de pedidos
4.15 Herramientas e instrumentos para el cálculo aplicados a la venta
4.16 Cuestionario: Cuestionario repaso tema 1 al 4

5 Procesos de ventas

5.1 Tipos de ventas
5.2 Fases del proceso de venta
5.3 La entrevista
5.4 Preparación a la venta
5.5 Sondeo
5.6 Aproximación al cliente
5.7 Análisis del producto-servicio
5.8 Argumentario de ventas

6 Aplicación de técnicas de ventas

6.1 Presentación y demostración del producto-servicio
6.2 Demostraciones ante un gran número de clientes
6.3 Argumentación comercial
6.4 Técnica para la refutación de objetivos
6.5 Técnicas de persuasión a la compra
6.6 Ventas cruzadas
6.7 Técnicas de comunicación aplicadas a la venta
6.8 Técnicas de comunicación no presenciales

7 Seguimiento y fidelización de clientes

7.1 La confianza y las relaciones comerciales
7.2 Estrategias de fidelización
7.3 Externalización de las relaciones con cliente Telemarketing
7.4 Aplicaciones de gestión de las relaciones con clientes

8 Resolución de conflictos y reclamaciones propios de la venta

8.1 Conflictos y reclamaciones en la venta
8.2 Gestión de quejas y reclamaciones

8.3 Resolución de reclamaciones
8.4 Cuestionario: Cuestionario repaso del tema 5 al 8

9 Internet como canal de venta

9.1 Las relaciones comerciales a través de internet
9.2 Utilidades de los sistemas online
9.3 Modelos de comercio a través de internet
9.4 Servidores online

10 Diseño comercial de página Web

10.1 El internauta como cliente potencial y real
10.2 Criterios comerciales en el diseño comercial de páginas Web
10.3 Tiendas virtuales
10.4 Medios de pago en internet
10.5 Conflictos y reclamaciones de clientes
10.6 Aplicaciones para el diseño de páginas Web comerciales
10.7 Cuestionario: Cuestionario repaso tema 9 y 10
10.8 Cuestionario: Cuestionario final

Atención teléfonica al cliente

1 La comunicación

1.1 La comunicación
1.2 El proceso de comunicación
1.3 La comunicación verbal y no verbal
1.4 Tipos de comunicación no verbal
1.5 Diferencias entre comunicación verbal y no verbal

2 La comunicación telefónica

2.1 La comunicación en la atención al cliente
2.2 Características de la comunicación telefónica
2.3 Componentes de la comunicación telefónica
2.4 Comunicación y atención telefónica
2.5 Modelos de comunicación telefónica
2.6 El teléfono y su uso

2.7 La telefonia movil en la atencion comercial
2.8 Elementos que intervienen en la atención telefónica
3 Normas generales ante el teléfono
3.1 Preparación
3.2 El tono de voz
3.3 La actitud personal
3.4 Habilidades comunicativas
3.5 Expresión verbal a través del teléfono
3.6 Las reglas de cortesía
4 La voz como herramienta
4.1 Los elementos que configuran la voz
4.2 Tono de voz
4.3 La intensidad o volumen de la voz
4.4 Velocidad con la que hablamos
4.5 La elocución de la voz
4.6 La articulación y vocalización, además de la dicción de las palabras
4.7 Silencios y pausas para realzar los aspectos que queremos destacar
4.8 Elementos que intervienen en el deterioro de la voz
5 La atención telefónica como medio de venta y compra
5.1 Introducción
5.2 Principales sectores empresariales consumidores de los servicios de telemarketing
5.3 Externalización de la atención al cliente - Call Center y Contact Center
5.4 CRM
5.5 El teleoperador
5.6 Cuestionario: Cuestionario repaso del tema 1 al 5
6 La comunicación telefónica efectiva
6.1 Fases de las llamadas
6.2 Protocolo de atención telefónica
6.3 Realización de llamadas
6.4 Recepción de llamadas
6.5 La correcta atención telefónica

6.6 Expresiones inadecuadas y que NO se deben decir
6.7 El deletreo
7 Escucha activa
7.1 Elementos de la escucha activa
7.2 Importancia de la escucha activa
7.3 Técnicas de escucha activa
7.4 Recomendaciones para escuchar de forma activa
7.5 Habilidades sociales
8 Las barreras comunicativas
8.1 Barreras comunicativas a traves del teléfono
8.2 Recomendaciones para superar las barreas comunicativas
8.3 Cuestionario: Cuestionario repaso del tema 6 al 8
9 La calidad del servicio
9.1 Concepto de calidad
9.2 Calidad de producto y calidad de servicio
9.3 Calidad de servicio y prestaciones principales
9.4 Qué es la calidad de servicio a la ciudadanía
9.5 Los servidores públicos
9.6 Modelo en la atención de calidad de servicio al ciudadano
9.7 Criterios de calidad en la atención al cliente
9.8 El-la ciudadano-a como persona
9.9 Cuestionario: Cuestionario repaso del tema 9
10 Tratamiento de situaciones difíciles
10.1 Reclamaciones
10.2 Diferencias entre quejas y reclamaciones
10.3 Técnicas utilizadas en la gestión de reclamaciones
10.4 Quejas o reclamaciones más habituales entre los clientes-usuarios
10.5 Desarrollo de la reclamación
10.6 Respuesta a reclamaciones previas
10.7 Cuestionario: Cuestionario repaso del tema 10
11 Contenidos prácticos

11.1 Ejemplificar la actuación en torno a una situación real con el cliente

11.2 Ilustrar las características y las tipologías de los clientes

11.3 Enunciar aquellos elementos fundamentales de la comunicación

11.4 Desarrollar la escucha activa dando feedback textual

11.5 Describir los tipos de barreras que existen en la comunicación

11.6 Describir la imagen que podemos dar a un cliente

11.7 Reconocer la tipología de cliente de una serie de ejemplos

11.8 Reconocer la utilización de las habilidades de asertividad y la simpatía en casos

11.9 Manejar una situación conflictiva dada con un cliente

11.10 Cuestionario: Cuestionario final

11.11 Cuestionario: Cuestionario final