

## Guía Básica de la Atención Telefónica al Cliente.

Código: 4079

Estos **Cursos** están compuestos por un pack de formación ideados para desarrollar **Formación Continua** en las modalidades “**a distancia**” y/u “**on line**”. Los contenidos de nuestros cursos, ajustados a los certificados de Profesionalidad, dan cobertura a un gran número de cualificaciones profesionales. Cada pack de formación se compone de: manual ó temario del alumno, cuaderno de anotaciones, prueba de evaluación y cuestionario de calidad y en su caso CD o DVD o claves para el acceso al aula virtual basada en la plataforma libre más conocida Moodle. Ofrecemos un servicio especializado de tutorías en las modalidades “**a distancia**” y “**on-line**”, por el que más de 100 profesionales cualificados gestionarán su curso formativo, tanto a nivel administrativo y docente, encargándose de:

1. **Tutor personal** por alumno.
2. **Gestión del envío** del temario o manual formativo.
3. **Seguimiento permanente del aprendizaje.**
4. **Resolución de dudas.**
5. Emisión de un **diploma acreditativo.**

➤ **Modalidad: on-line**

➤ **Duración: Tipo A - de 76 a 85 horas**

➤ **Objetivos:**

Adquirir las habilidades y herramientas necesarias para iniciarse o perfeccionar su labor de recepcionista o telefonista dentro de su empresa.

Atender eficazmente las llamadas telefónicas dentro del ámbito empresarial.

➤ **Contenidos:**

Calidad y servicio. Importancia del servicio

Introducción . La calidad. El servicio. Importancia del servicio. Las normas ISO 9000.

La estrategia del servicio

La gran importancia del cliente. Metodologías para recuperar a los clientes descontentos. Estrategias de servicio para empresas de servicios.

La comunicación del servicio. Normas de calidad

Introducción . Materializamos el servicio minimizando riesgos. Discriminación de precios en una empresa de servicios. Motivar al personal. Normas de calidad del servicio. En busca de la perfección.

Las ventas. Motivación del comprador

Introducción . La empresa y las ventas. Tipos de ventas. Perfil de vendedor. El vendedor, la venta y las técnicas de comunicación. Creación de un equipo de ventas. Publicidad. Relaciones públicas y ventas. Factores determinantes de la compra. Compra, necesidad y motivación. Cualidades, ventajas y prioridades. Cualidades de los productos. Identificación y ciclo de vida de los productos.

Atención al público

Introducción . La acogida. Clasificación de los clientes. Tratamiento de reclamaciones.

## Introducción a la comunicación

El proceso de comunicación. La comunicación en la venta. Barreras a la comunicación. La credibilidad de Sandra como vendedora. El conocimiento del producto. La expresión oral. Escuchar con eficacia. La negociación, fases y estrategias. La argumentación de ventas y sus claves. Las objeciones y su tratamiento. El cierre de la venta: métodos y técnicas

## El teléfono y su empleo

Introducción . Prolegómenos históricos del teléfono. El teléfono. tipos y aplicaciones. Empleo del teléfono. Diferentes tipos de llamadas. Los Call Centres.

## La telefonista y su formación

Introducción . Cualidades que debe tener sandra como telefonista. Competencias específicas de una telefonista. Instrucciones a la telefonista

## El telemarketing

El teléfono en el telemarketing. Pros y contras de la realización de encuestas telefónicas. Técnica de telemarketing para búsqueda de clientes potenciales. Clases de estudios que suelen efectuarse mediante encuestas telefónicas. Fases de la encuesta telefónica.

## Formas de hablar con la gente

¿Cómo podemos utilizar el lenguaje correctamente? Control de la voz y del lenguaje. Diferentes formas de hablar con la gente. Los registros en la conversación telefónica. Actitudes positivas y negativas en el trato telefónico.

## Elementos y fases de una conversación telefónica

Introducción. La actitud. Identificación del comunicante. Empleo del teléfono dentro de la empresa. problemas de organización general. Elementos y fases de una conversación telefónica.

## Organización administrativa del servicio telefónico

Diferentes documentos administrativos del servicio telefónico.

## Transmisión de información al resto de la empresa. Líneas 900

Realización de llamadas. Recepción de comunicaciones. Traspasos, ausencias y encargos. Líneas 900 / líneas 800 servicio de atención a clientes.