



Atención Telefónica y Telemarketing.

1. Objetivo:

Es un programa que posibilita a quien participa, encontrar una alternativa de desarrollo personal; el manejo de técnicas de comunicación telefónica para ser capaz de proyectar a los usuarios una imagen de efectividad, eficiencia, consideración, amabilidad, solución y alternativa de compra.

2. A quien va dirigido:

Un grupo de profesionistas dedicados a resolver incógnitas que se plantean telefónicamente.

3. Temario:

Mentalidad Profesional.

- 1.1. Las características del trabajo que se desempeña.
- 1.2. Los sonidos de un cliente a ciegas.
- 1.3. Los estados de ánimo y las actitudes profesionales.
- 1.4. El teléfono y la voz como creadores de imágenes.

Creación de Ambientes en el Teléfono.

- 2.1 Lo que espera quien llama, lo que espera quien responde.
- 2.2. Lapso ideal para contestar las llamadas.
- 2.3 Forma de dirigirse al usuario (cliente).
- 2.4 Las palabras que deben usarse y las que debe evitar.
- 2.5.4 Voz: Tono, velocidad y rango.

Identificación de las necesidades del Cliente.

- 3.1. A dónde quiere llegar.
- 3.2 Escucha activa. Qué dice, qué quiere decir.
- 3.3 Determinación de los objetivos y las objeciones del usuario (cliente).

Características del trato eficiente al público invisible.

- 4.1 Los siete puntos a considerar cuando se ofrece servicio al público.

Técnicas para afrontar problemas.

- 5.1 Cómo expresarse para que el usuario (cliente) comprenda las instrucciones, explicaciones e indicaciones.
- 5.2 Cómo asegurarse de haber comprendido las solicitudes del usuario (cliente).

Técnicas para el manejo de quejas.

- 6.1 Dos puntos a considerar cuando se recibe una queja.
- 6.2 Lo que nunca debe decirse y proyectarse.
- 6.3 Las respuestas más efectivas a los insultos.
- 6.4 Como calmar y dejar satisfecho al cliente.

7. Telemarketing.

- 7.1. La oferta de un beneficio intangible a través de un medio invisible.
- 7.2. Cómo se hacen negocios por teléfono.
- 7.3. Cómo se evalúa una venta telefónica.
- 7.4. Responder a expectativas reales de servicio.

4. Material:

Apuntes de apoyo, ejercicios y presentaciones en power point.

5. Metodología:

Presentación del Tema.
Ejemplos de aplicación de los conceptos.
Ejercicios acerca del tema.
Evaluación constante tanto personal como de grupo.

6. Duración:

El curso puede tener una duración de hasta doce horas con la dosificación que convenga a quien contrata.

7. Acreditación.

Evaluación escrita:
Se tomará en cuenta asistencia y participación.

