

### **Curso: Guía básica de la atención telefónica al cliente**

**Horas:**

#### **Objetivos:**

Entender el proceso completo de la atención telefónica; controlar los elementos comunicativos básicos al teléfono; conocer los aspectos relacionados con la atención telefónica; aplicar las técnicas y herramientas necesarias para establecer una buena comunicación; y utilizar el teléfono como herramienta de atención y fidelización de clientes.

#### **Dirigido a:**

Curso dirigido a, teleoperadores, secretarías comerciales, asistentes de dirección y personal administrativo. Y, en general, a todas aquellas personas interesadas en desarrollar su labor profesional dentro del ámbito de la comunicación y la atención telefónica.

#### **Capacita para:**

Llevar a cabo las actividades de atención telefónica dentro de la empresa, de manera que permita alcanzar los objetivos deseables en cada momento.

#### **Otros datos:**

Al final de cada unidad didáctica el interesado podrá encontrar ejercicios y actividades que permitirán afianzar y poner en práctica los conocimientos adquiridos.

Se desarrollan las habilidades necesarias para conseguir una comunicación eficaz ante la recepción de pedidos, la atención de quejas y reclamaciones y a la hora de informar sobre productos, utilidades y plazos.

Se conocen las técnicas de negociación y argumentación.

Ampliación de los conocimientos y habilidades en el área del marketing y comercio, profundizando en aspectos innovadores como es la utilización de la red.

Todas las unidades del curso son ilustradas con diversos ejemplos, cuadros y esquemas para así facilitar la comprensión y asimilación del contenido por parte del interesado.

Supone un "reciclaje" y una actualización para profesionales del sector.

Permite profundizar en aspectos específicos de la materia.

Para interesados sin conocimientos previos en los aspectos específicos, que deseen adquirir una buena base en la materia.

## FICHA TÉCNICA

### Contenido Formativo:

#### **1. Calidad y servicio. importancia del servicio**

- 1.1. Introducción
- 1.2. La calidad
- 1.3. El servicio
- 1.4. Importancia del servicio
- 1.5. Las normas iso 9000

#### **2. La estrategia del servicio**

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

#### **3. La comunicación del servicio. Normas de calidad**

- 3.1. Introducción
- 3.2. Materializamos el servicio minimizando riesgos
- 3.3. Discriminación de precios en una empresa de servicios
- 3.4. Motivar al personal
- 3.5. Normas de calidad del servicio
- 3.6. En busca de la perfección

#### **4. Las ventas. Motivación del comprador**

- 4.1. Introducción
- 4.2. La empresa y las ventas
- 4.3. Tipos de ventas
- 4.4. Perfil de vendedor
- 4.5. El vendedor, la venta y las técnicas de comunicación
- 4.6. Creación de un equipo de ventas
- 4.7. Publicidad
- 4.8. Relaciones públicas y ventas
- 4.9. Factores determinantes de la compra
- 4.10. Compra, necesidad y motivación
- 4.11. Cualidades, ventajas y prioridades
- 4.12. Cualidades de los productos
- 4.13. Identificación y ciclo de vida de los productos

#### **5. Atención al público**

- 5.1. Introducción
- 5.2. La acogida
- 5.3. Clasificación de los clientes
- 5.4. Tratamiento de reclamaciones

#### **6. Introducción a la comunicación**

- 6.1. El proceso de comunicación .

## FICHA TÉCNICA

- 6.2. La comunicación en la venta
- 6.3. Barreras a la comunicación
- 6.4. La credibilidad de sandra como vendedora
- 6.5. El conocimiento del producto
- 6.6. La expresión oral
- 6.7. Escuchar con eficacia
- 6.8. La negociación, fases y estrategias
- 6.9. La argumentación de ventas y sus claves
- 6.10. Las objeciones y su tratamiento
- 6.11. El cierre de la venta: métodos y técnicas

### **7. El teléfono y su empleo**

- 7.1. Introducción
- 7.2. Prolegómenos históricos del teléfono
- 7.3. El teléfono. Tipos y aplicaciones
- 7.4. Empleo del teléfono
- 7.5. Diferentes tipos de llamadas
- 7.6. Los call centers

### **8. La telefonista y su formación**

- 8.1. Introducción
- 8.2. Cualidades que debe tener Sandra como telefonista
- 8.3. Competencias específicas de una telefonista
- 8.4. Instrucciones a la telefonista

### **9. El telemarketing**

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

### **10. Formas de hablar con la gente**

- 10.1. ¿cómo podemos utilizar el lenguaje correctamente?
- 10.2. Control de la voz y del lenguaje
- 10.3. Diferentes formas de hablar con la gente
- 10.4. Los registros en la conversación telefónica
- 10.5. Actitudes positivas y negativas en el trato telefónico

### **11. Elementos y fases de una conversación telefónica**

- 11.1. Introducción
- 11.2. La actitud. Identificación del comunicante
- 11.3. Empleo del teléfono dentro de la empresa. Problemas de organización General
- 11.4. Elementos y fases de una conversación telefónica

## FICHA TÉCNICA

### **12. Organización administrativa del servicio telefónico**

12.1. Diferentes documentos administrativos del servicio telefónico

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

13.1. Realización de llamadas

13.2. Recepción de comunicaciones

13.3. Traspasos, ausencias y encargos

13.4. Líneas 900 / líneas 800 servicio de atención a clientes