

## LA ATENCIÓN TELEFÓNICA AL CLIENTE

**ÁREA FORMATIVA**  
MARKETING

**DURACIÓN**  
100H

**MODALIDAD FORMATIVA**  
Semipresencial, Distancia.

### DESTINATARIOS

- Profesionales del sector, trabajadores o alumnos que quieran adquirir nociones básicas y conocimientos acerca de la atención telefónica al cliente.

### 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.

### TITULACIÓN

Los participantes que hayan realizado con aprovechamiento el Curso, recibirán el correspondiente **Diploma del Curso La Atención Telefónica al cliente** expedido por Isonor Quality.

### TEMARIO

#### **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.

## DOCENTES

Profesorado con acreditada experiencia en la materia.

