

Telemarketing

Familia profesional: Comercial y atención al cliente

Modalidad: Teleformación

Duración: 25 horas

Objetivos:

- Conseguir alcanzar el público objetivo para la venta del producto o del servicio.
- Aumentar las ventas ofreciendo una atención personalizada.
- Adquirir los conocimientos necesarios para crear distribución, captar y fidelizar clientes, utilizando herramientas informáticas como el mailing y las páginas web.

Contenidos:

UD1. Conceptos básicos de marketing.

- 1.1. Introducción.
- 1.2. Conceptos del Marketing.

UD2. Creación de listas de distribución para la captación de clientes.

- 2.1. Listas de distribución.

UD3. Programas de fidelización de clientes.

- 3.1. ¿Por qué son diferentes las empresas de servicios?.
- 3.2. Dificultades para gestionar la calidad en el servicio.
- 3.3. Costo de calidad y falta de calidad.
 - 3.3. 1. Costo de pérdida de clientes y necesidad de retenerlos.
- 3.4. Gestión de la calidad: Asunto de método.
- 3.5. Ejemplo de gestión de calidad en el servicio.

UD4. Realización de estudios sobre clientes potenciales.

- 4.1. La investigación de mercados.
- 4.2. Las fuentes de información.
- 4.3. El trabajo de campo.
- 4.4. La muestra y la selección de los encuestados.
- 4.5. Métodos de investigación cualitativa y cuantitativa.
- 4.6. Técnicas de preguntas en las investigaciones.

4.7. Los métodos de investigación por encuestas (I).

4.8. La experimentación y el marketing de prueba.

UD5. Programas de atención al cliente y técnicas de venta.

5.1. La exigencia del cliente.

5.2. El cliente: aspectos a destacar.

5.3. La percepción de calidad.

5.4. Gestión de la calidad total.

5.5. El cliente es el rey.

5.6. Estrategias.

UD6. Mailing a través de internet.

6.1. La planificación.

6.2. La estrategia.

6.3. El formato del mensaje.

6.4. Los elementos de un E-Mail.

6.5. Medición de los resultados.

UD7. Páginas web en internet.

7.1. La Revolución de Internet.

7.2. Internet en la empresa.

7.3. Consideraciones previas a la presencia en Internet.

7.4. Definición de objetos y puesta en marcha.

UD8. Marketing en Internet.

8.1. Definición de Marketing Online.

8.2. El mercado virtual.

8.3. Los grupos de clientes.

8.4. Estrategias para el Marketing en Internet.

8.5. Elementos del Marketing Mix: Producto, Precio, Promoción y Plaza o Distribución.

8.6. Medios de difusión Online.

8.7. La personalización.

Información específica

“Enseñanza no oficial y no conducente a la obtención de un título con carácter oficial o certificado de profesionalidad”

Fecha de inicio y fecha de fin: Los cursos podrán comenzar cualquier día de la semana, ya que se imparten en la modalidad de teleformación. La fecha de fin dependerá de número de horas lectivas diarias que se programen.

Metodología: La METODOLOGÍA ONLINE propuesta se ajusta a las características y necesidades de cada alumno/a, combinando las metodologías de enseñanza programada y de trabajo autónomo del alumnado con el asesoramiento de un/a formador/a especializado y mediante el uso de las nuevas tecnologías de la información y comunicación, creando un entorno de aprendizaje activo, próximo y colaborativo en el Campus Virtual.

Requisitos de acceso: Para cursar esta formación no es necesario ningún requisito previo de acceso.

Material necesario para el desarrollo de la formación: El material didáctico objeto fundamental del proceso de enseñanza, será puesto a disposición del alumno en el Campus de manera ordenada y en los formatos más idóneos para ajustarlos a las especificaciones del curso. El alumno debe trabajarlos de manera autónoma dedicando un tiempo que dependerá de las necesidades individualizadas del alumno. Las actividades y casos prácticos buscan consolidar el proceso formativo de los alumnos poniendo en práctica lo aprendido sobre las disciplinas del programa cursado.

Evaluación: Para la obtención del correspondiente diploma o certificado de asistencia el/la alumno/a deberá realizar al menos el 75 por ciento de los controles periódicos de seguimiento.

Medios de contacto: Puede consultar sus dudas por teléfono (930 160 363) o por correo electrónico (didactic@didacticformacion.com)

Acreditación de los docentes: Los docentes de este curso cumplen con las prescripciones que se determinan en los certificados de profesionalidad que son similares a los contenidos de esta acción formativa.

Precio del curso: El precio final del curso, incluidos todos los conceptos, es de 7,5 € por hora. Se abonará en dos plazos, el primero antes de comenzar el curso y el segundo a su finalización. Cuando se abone el primer plazo se le dará acceso al alumno a la plataforma de teleformación.

Precio del curso bonificado: 7,5 €/h + 20% empresas de 1 hasta 5 trabajadores, 15% empresas de 6 a 9 trabajadores o 10% para empresas de más de 10 trabajadores por la gestión en la FUNDAE.