

Curso: Atención al Cliente en el Proceso Comercial

Familia Profesional: Administración y gestión.

Modalidad: On-line (Teleformación).

Duración: 20 h.

Contenidos:

1. Atención al cliente en las operaciones de compraventa.

- 1.1. El departamento comercial:
 - 1.1.1. Funciones básicas.
 - 1.1.2. Identificación de necesidades y gustos del cliente: clasificación del cliente.
- 1.2. Procedimiento de comunicación comercial:
 - 1.2.1. Elementos de comunicación institucional.
 - 1.2.2. Fases del procedimiento.
 - 1.2.3. Soportes de la comunicación.
 - 1.2.4. Tratamiento hacia el cliente: léxico correcto, formulación adecuada de preguntas/respuestas y otras técnicas.
- 1.3. Identificación del perfil psicológico de los distintos clientes:
 - 1.3.1. Aplicación de condiciones de venta.
 - 1.3.2. Transmisión de información comercial relevante según el tipo de cliente.
 - 1.3.3. Motivación.
- 1.4. Relación con el cliente a través de distintos canales:
 - Características.
 - Ventajas e inconvenientes.
 - Internet como canal de comunicación.
- 1.5. Criterios de calidad en la atención al cliente: satisfacción del cliente.
- 1.6. Aplicación de la confidencialidad en la atención al cliente.

2. Comunicación de información comercial en los procesos de compraventa.

- 2.1. El proceso de compraventa como comunicación:
 - 2.1.1. Aspectos básicos: Identificación de la comunicación en la venta.
 - 2.1.2. Técnicas y medios de comunicación de la compra y la venta.
 - 2.1.3. Argumentación comercial.
 - 2.1.4. Tratamiento de objeciones.
 - 2.1.5. Comunicación de la información sobre los productos.
- 2.2. La venta telefónica.
 - 2.2.1. La venta por catálogo.
 - 2.2.2. Televenta.
 - 2.2.3. Internet y otras formas.

3. Adaptación de la comunicación comercial al Telemarketing.

- 3.1. Aspectos básicos del Telemarketing:
 - 3.1.1. Conceptos: Marketing, Telemarketing, teleoperador, sectores empresariales del mercado y otros.
- 3.2. La operativa general del teleoperador:
 - 3.2.1. Conectar con el cliente.
 - 3.2.2. Motivación del teleoperador hacia la comunicación.
 - 3.2.3. Afianzar actitudes positivas del teleoperador.
- 3.3. Técnicas de venta:
 - 3.3.1. Principales técnicas de venta comercial.
 - 3.3.2. Los guiones: planificar su existencia.

3.3.3. La entrevista: necesidades de los clientes y el correcto uso de los productos.

3.3.4. Elementos para el éxito de las distintas técnicas de venta.

3.4. Cierre de la venta:

3.4.1. Objeciones de los clientes: principales causas y actitudes.

3.4.2. Minimizar las hostilidades de los clientes.

3.4.3. Tipología de cierres de venta.

4. Tramitación en los servicios de postventa.

4.1. Seguimiento comercial: concepto.

4.2. Fidelización de la clientela:

4.2.1. Instrumentos de fidelización: bonificaciones, tarjetas de puntos o de club, cupones descuento y otros.

4.2.2. Finalidad.

4.3. Identificación de quejas y reclamaciones:

4.3.1. Concepto.

4.3.2. Características.

4.3.3. Tipología: presenciales y no presenciales.

4.4. Procedimiento de reclamaciones y quejas:

4.4.1. Recepción.

4.4.2. Formulación documental.

4.4.3. Resolución de dudas.

4.5. Valoración de los parámetros de calidad del servicio y su importancia o consecuencias de su no existencia.

4.6. Aplicación de la confidencialidad a la atención prestada en los servicios de postventa.