

DIRIGIDO A:

Estos Cursos están dirigidos a todas las personas que forman parte del Departamento de Telemarketing, personal de apoyo a vendedores y equipos de ventas.

OBJETIVOS:

Tomar conciencia de que es un eslabón más en la cadena del proceso de ventas de la Empresa. Nexo de comunicación entre clientes, potenciales, la red comercial y el director comercial

Proyectar una forma homogénea de actuación en la atención de todas las llamadas desarrollando y potenciando un mayor espíritu comercial.

SISTEMA PEDAGÓGICO

El Curso será impartido a través de la simulación de distintas llamadas a partir de casos reales, propuestos por el monitor o por los asistentes.

El Curso se adapta y personaliza a los asistentes al mismo.

40% del tiempo aproximadamente destinado a prácticas y entrenamientos.

PROGRAMA
I.- Telemarketing

- Autoevaluación de los puntos fuertes y débiles de cada uno de los participantes.
- Definición del telemarketing
- Caracterología personal adecuada para afrontar con éxito tareas de telemarketing.

II.- La Comunicación al Teléfono.

- Comunicación Oral.
- Comunicación por la Actitud.
- La agradabilidad. El trato telefónico adecuado.
- La Empatía. La Comprensión. El Saber Escuchar
- Escuchamos o "sólo oímos".
- Mejorar las expresiones orales.
- La actitud, arma básica por teléfono.
- ¿Transmitimos Seguridad y Confianza a nuestros interlocutores?
- La importancia de transmitir una imagen más profesional de nuestra Empresa desde nuestra forma de actuar.
- Los errores más frecuentes en la comunicación por teléfono
- Los enemigos más poderosos del teléfono: "La rutina", "La indiferencia"
- Soluciones prácticas a los mismos

III.- Aplicaciones del Telemarketing

- Principales aplicaciones del Telemarketing en la actualidad
- Servicio total al cliente.
- Apoyo a la red comercial.
- El Telemarketing como herramienta para captar nuevos clientes.
- Concertación de entrevistas y citas para el equipo de ventas.
- Creación de bases de datos.
- Mantenimiento de una base de datos.

IV.- Gestión de Clientes

- Gestión de clientes a través del telemarketing.
- Clasificación de clientes en base a su potencial de compras.
- Clasificación de clientes en base a su periodicidad de compras.
- Clasificación de clientes en base a familias de productos / servicios.
- Establecimientos de ciclos de rotación para dar un buen servicio.
- Fidelización de clientes.
- Estudio y análisis del nivel de satisfacción de nuestros clientes.
- Estudio y análisis del potencial de nuestros clientes.
- Campañas de telemarketing.
- Objetivos de las mismas.
- Análisis de resultados

BOLETÍN DE INSCRIPCIÓN

Título del Curso _____

Fecha y lugar del Curso _____

Asistente _____ Cargo _____

Empresa _____ C.I.F. _____

Dirección _____ C.P. _____

Población _____ Provincia _____

Persona de Contacto _____

Teléfono de Contacto _____ Fax _____ e-mail _____

<input type="checkbox"/> Fechas a consultar	Madrid
<input type="checkbox"/> 15 y 16 de Febrero	Barcelona
<input type="checkbox"/> Fechas a consultar	Valencia
2 Días - 16 h.	
609 €	

Marque la casilla del curso que desea realizar

IMPRIMA ESTA PÁGINA Y ENVÍELA POR FAX AL 96 180 08 64