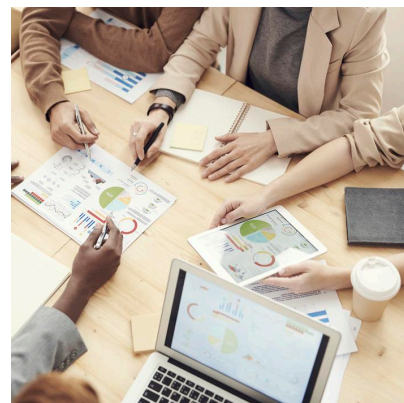









ATENCIÓN TELEFÓNICA



	ONLINE		
	Duración: 25 H	Horas presenciales: 0 H	Horas online: 25 H
	Familia: COMERCIO Y MARKETING Área: NO PRL		
	Dirigido a: - Trabajadores, personas desempleadas, autónomos, personal de dirección, etc. que deseen adquirir, mejorar o afianzar los conocimientos teórico-prácticos relacionados con su puesto de trabajo o su pasada, presente o futura trayectoria laboral, con una formación académica acorde con las exigencias requeridas para realizar la acción formativa con aprovechamiento.		
	Objetivos: - TENER CONOCIMIENTO DE LA IMPORTANCIA DEL PROCESO DE COMUNICACIÓN CON EL OBJETIVO DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE.		
	Metodología: Metodología basada en la realización de la formación a través de una plataforma de teleformación o e-learning, permitiendo al alumno interactuar con el tutor/a, a través de tutorías personalizadas y otras herramientas como chat, foros, etc., desde un desarrollo planificado y sistematizado de la acción formativa, permitiendo al alumno realizar la formación desde cualquier lugar y a en todas las franjas horarias, evitando así desplazamientos pudiendo conciliar vida familiar y laboral. El contenido se basa en paquetes SCORM, vídeos, actividades, exámenes, etc.		
	Contenidos: TEMA 1. COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN TELEFÓNICA 1.1. INTRODUCCIÓN 1.2. ATENCIÓN AL CLIENTE 1.3. ATENCIÓN TELEFÓNICA 1.4. ELEMENTOS QUE INTERVIENEN EN LA ATENCIÓN TELEFÓNICA 1.5. LA ATENCIÓN TELEFÓNICA COMO MEDIO DE VENTA Y COMPRA TEMA 2. ELEMENTOS QUE INTERVIENEN EN LA VENTA Y COMPRA DE FORMA DIRECTA 2.1. PROCESO DE COMUNICACIÓN 2.2. EL MEDIO DE COMUNICACIÓN 2.3. EL VENDEDOR 2.4. EL CLIENTE TEMA 3. PROCESO DE COMUNICACIÓN		

- 3.1. RECEPCIÓN DE LLAMADAS
- 3.2. REALIZACIÓN DE LLAMADAS
- 3.3. EL FEEDBACK-ESCUCHA ACTIVA
- 3.4. LA COMUNICACIÓN NO VERBAL
- 3.5. LA LLAMADA EN FRÍO
- TEMA 4. ASPECTOS EXTERNOS DE GRAN INFLUENCIA
- 4.1. CONCEPTO DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN EL SIGLO XXI
- 4.2. PROCESO DE CIERRE DE LA LLAMADA
- 4.3. SUPERACIÓN DE FILTROS
- 4.4. LOS TELÉFONOS MÓVILES
- TEMA 5. LA TELEVENTA A TRAVÉS DEL TELÉFONO
- 5.1. ESTRATEGIAS DE VENTA
- 5.2. TELEMARKETING
- 5.3. COMPETENCIAS DE EFICACIA PERSONAL
- 5.4. COMPETENCIA DE INFLUENCIA
- 5.5. EMPATÍA
- TEMA 6. QUEJAS Y RECLAMACIONES
- 6.1. ACCIONES PARA ANALIZAR LAS NECESIDADES DEL CLIENTE
- 6.2. ACCIONES PARA RESPONDER AL CLIENTE
- 6.3. EL COMPORTAMIENTO HUMANO Y EL ANÁLISIS DE LAS NECESIDADES DE ESTE
- 6.4. UNA VISIÓN POSITIVA DE LAS QUEJAS Y RECLAMACIONES
- 6.5. ORIENTACIONES BÁSICAS Y ACTITUDES PROFESIONALES PARA ATENDER LAS QUEJAS Y RECLAMACIONES