

Categorías: Comercio y marketing

OBJETIVOS

Diferenciar los tipos de acciones de marketing telefónico, así como definir e identificar las necesidades y tipos de cliente y asimilar y ejecutar las técnicas de venta.

CONTENIDOS

UD1. EL MARKETING TELEFÓNICO

- 1.1. El marketing telefónico y los objetivos de la empresa.
- 1.2. Tipos de acciones de marketing telefónico.
- 1.3. La campaña de marketing telefónico.
- 1.4. ¿Quiénes son los clientes?

UD2. LA ORIENTACIÓN A LAS NECESIDADES DE LOS CLIENTES Y LAS BASES DE LA COMUNICACIÓN TELEFÓNICA

- 2.1. Definición de necesidad.
- 2.2. Necesidades explícitas, implícitas y motivaciones.
- 2.3. Tipos de necesidades.
- 2.4. Tipología de clientes.

UD3. ESTRUCTURA PARA EL DESARROLLO DE NECESIDADES EN LOS CLIENTES

- 3.1. Técnica de desarrollo de necesidades.
- 3.2. Preguntas para contextualizar la necesidad a tratar.
- 3.3. Preguntas para situar el nivel de satisfacción del cliente.
- 3.4. Preguntas sobre los efectos o consecuencias del problema.
- 3.5. Preguntas de solución.

UD4. TÉCNICAS DE VENTA APLICADAS AL TELEMARKETING

- 4.1. Introducción al Marketing.
- 4.2. Técnicas comerciales.
- 4.3. Fases de la entrevista de ventas.
- 4.4. Actividades. Funciones del vendedor/teleoperador.
- 4.5. Seguimiento del cliente.

