

FORMACIÓN ESPECÍFICA

CURSO DE TÉCNICAS DE MARKETING Y ATENCIÓN AL CLIENTE (60 H)



Requisitos de participación:

- Ser Beneficiario del Sistema Nacional de Garantía Juvenil
- Menor de 30 años
- No estar estudiando
- No estar trabajando
- Estar inscrito y orientado en el PICE

Lugar:

Centro de Formación de la Cámara de Comercio de Santiago
(c/ San Pedro de Mezonzo, 44 bajo. 15701 Santiago)

Horario:

De 09.00 a 14.00 h

Más información e Inscripciones:

Cámara de Comercio de Santiago
c/ San Pedro de Mezonzo, 44 bajo.
15701 Santiago de Compostela

Gratuito previa inscripción
Plazas limitadas

Técnicas de marketing y atención al cliente: Del 29 de noviembre al 18 de diciembre de 2018

CONTENIDO

Atención al Cliente (30 horas)

MÓDULO I: ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS OPERACIONES DE COMPRAVENTA

Tema 1: Introducción

Claves de la atención al cliente en el proceso comercial.

Tema 2: El departamento comercial

1. Funciones básicas.
2. Identificación de necesidades y gustos del cliente. Motivaciones de compra.

Tema 3: Identificación del perfil psicológico de los distintos clientes

1. Introducción.
2. Aplicación de condiciones de venta.
3. Transmisión de información comercial relevante según el tipo de cliente.
4. Motivación y disparadores: aceleración del proceso de decisión.

Tema 4: Relación con el cliente a través de distintos canales

1. Introducción.
2. Características, ventajas e inconvenientes.
3. Internet como canal de comunicación.

Tema 5: Calidad en la atención al cliente: satisfacción del cliente.

1. Criterios e indicadores de calidad en la atención al cliente.
2. Cómo alcanzar la satisfacción del cliente: Niveles de satisfacción.
3. Beneficios de la satisfacción del cliente.
4. Medición de resultados y mejora continua.

Tema 6: Aplicación de la confidencialidad en la atención al cliente

1. Legislación.
2. Consentimiento.
3. Derechos del afectado.
4. Derecho de acceso.
5. Derecho de rectificación.
6. Derecho de cancelación y oposición.
7. Derecho de impugnación y de indemnización.
8. Derecho de consulta en el registro general de la AGPD.

MÓDULO II: COMUNICACIÓN DE INFORMACIÓN COMERCIAL EN LOS PROCESO DE COMPRAVENTA

Tema 1: Procedimiento de comunicación comercial.

1. Elementos de la comunicación comercial.
2. Fases del procedimiento.
3. Soportes de la comunicación en comunicación comercial.
4. Conseguir una comunicación exitosa: la formulación de la pregunta perfecta.
5. Escucha activa en la atención al cliente.

Tema 2: Gestión eficaz de quejas y reclamaciones.

1. La utilidad de las quejas y/ o reclamaciones.
2. Técnicas de gestión de quejas y reclamaciones.
3. Diseño de protocolos de actuación ante clientes difíciles o conflictivos.

Tema 3: otros canales de información comercial.

1. Venta telefónica, y venta por catálogo.
2. Televenta.
3. Internet: blogs, foros, wikis, redes sociales y otros canales 2.0 de información comercial.

MODULO III: ADAPTACIÓN DE LA COMUNICACIÓN COMERCIAL AL TELEMARKETING

Tema 1: Aspectos básicos del Telemarketing

1. ¿Qué es el marketing?
2. ¿Qué es el telemarketing?
3. Teleoperadorxs.

Tema 2: La operativa general del teleoperador / teleoperadora.

1. Conectar con el cliente.
2. Motivación del teleoperador hacia la comunicación.
3. Afianzar las actitudes positivas del teleoperador.

Tema 3: Técnicas de venta

1. Principales técnicas de venta.
2. Los guiones: planificación.
3. La entrevista.
4. Elementos para el éxito.
5. Optimización de los procesos de venta.

Tema 4: Cierre de la venta

1. Objeciones de los clientes: principales causas y actitudes.
2. Minimizar las hostilidades de los clientes.
3. Tipología de cierres de venta.

MÓDULO IV: TRAMITACIÓN EN LOS SERVICIOS POSVENTA

Tema 1: Seguimiento comercial y fidelización.

1. Seguimiento comercial: concepto y finalidad.
2. ¿En qué consiste la fidelización?
3. Instrumentos de fidelización.

Tema 2: Valoración de los parámetros de calidad del servicio

1. Introducción.
2. La satisfacción del cliente.
3. Método SERVQUAL de medida de la calidad de productos o servicios.
4. Aplicación de la confidencialidad a la atención en los servicios de posventa.

Técnicas de Marketing (30 horas)

MÓDULO I: INTRODUCCIÓN

¿Qué es el marketing?

Conceptos esenciales.

Definición de la estrategia de la empresa. La cadena de valor.

MÓDULO II: MARKETING OFFLINE

Estrategias y acciones de marketing offline.

Puntos clave del marketing offline



MÓDULO III: MARKETING EN LA RED

Marketing digital e Inbound Marketing

Herramientas de gestión y administración de un sitio web.

Plan de marketing on line.

El proceso de venta por Internet.

Técnicas de captación y fidelización de clientes. Conceptos relacionados.

Entorno jurídico.

Contratación electrónica e imposición fiscal.

Protección de datos, dominios y ética.

Seguridad en las compras.

Medios de pago disponibles.

Adaptación a la nueva ley GDPR