



# Guía Didáctica

Telemarketing

## **Objetivos**

---

### □ **Objetivo General**

- Proporcionar a personas los conocimientos, destrezas y actitudes sobre marketing telefónico dirigido a la venta o servicio al cliente.

### □ **Objetivos Específicos**

- Conocer los orígenes del Telemarketing y su evolución hasta el momento actual.
- Definir los conocimientos, habilidades y actitudes que marcan el perfil del buen teleoperador.
- Entender la interrelación entre los elementos que conforman el Proceso Comunicativo.
- Adquirir conciencia del papel principal que tienen la Escucha Activa y el Feed-back como puntos clave para lograr una comunicación positiva.
- Comprender en qué consiste el modelo de La Programación Neurolingüística y su uso en el telemarketing.
- Conocer las variables a controlar en una conversación telefónica profesional.
- Comprender la desventaja del lenguaje negativo y el efecto psicológico del positivo.
- Tener claro la estructura de las llamadas de emisión y recepción y el porqué de las mismas.
- Comprender las dimensiones de la relación comercial y la importancia de conocer el producto/servicio y de dar una imagen a priori positiva como paso previo a la venta.
- Adquirir habilidades en el tratamiento de objeciones del cliente.
- Conocer en que se basa y cómo elaborar un argumentario de ventas eficaz.

- Comprender el concepto de “Cliente Interno” y tomar conciencia de su importancia para la consecución de nuestros objetivos.
- Conocer las peculiaridades de las campañas de Recobros y Gestión de Reclamaciones.
- Saber gestionar y estructurar las llamadas correctamente en aquellos proyectos que impliquen una mayor dificultad de trato al cliente Externo (Recobros, reclamaciones).

## Contenidos

<b>60 horas</b>	<b>Telemarketing</b>
<b>10 horas</b>	<b>Módulo 1: El Telemarketing</b>
10 horas	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ Unidad 1: Conozcamos el Telemarketing                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Historia del telemarketing</li> <li>○ Conceptos y aplicaciones</li> <li>○ Ventajas para las empresas</li> <li>○ Perfil del buen teleoperador</li> <li>○ Factores para el buen diseño de campaña</li> </ul> </li> </ul>
<b>25 horas</b>	<b>Módulo 2: La Comunicación y su uso eficaz en el TLMK</b>
12,5 horas	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ Unidad 1: El Proceso de Comunicación                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Concepto y elementos de la comunicación</li> <li>○ Feedback y escucha activa</li> <li>○ Barreras comunicativas</li> <li>○ Programación neurolingüística</li> </ul> </li> </ul>
12,5 horas	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ Unidad 2: Comunicación eficaz para el telemarketing                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Variables telefónicas a controlar</li> <li>○ Estilos de comunicación</li> <li>○ Estructura y preparación</li> </ul> </li> </ul>
<b>25 horas</b>	<b>Módulo 3: La Venta telefónica y la gestión de clientes</b>
12,5 horas	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ Unidad 1: La venta telefónica                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Dimensiones de la relación comercial</li> <li>○ Objeciones</li> <li>○ EL cierre comercial</li> </ul> </li> </ul>
12,5 horas	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ Unidad 2: Atención al cliente                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ La importancia del cliente interno</li> <li>○ Gestión de cobros</li> <li>○ Gestión de llamadas conflictivas</li> </ul> </li> </ul>
<b>60 horas</b>	<b>3 Módulos   5 unidades didácticas</b>