

TELEMARKETING

Duración: 20h

OBJETIVO

En este curso comenzaremos por obtener unos conocimientos imprescindibles sobre lo que se denomina Marketing "conjunto de gestiones y técnicas fundadas en el conocimiento del mercado, cuyo objeto es la determinación de una estrategia comercial". Telemarketing se refiere, por tanto, al uso del teléfono en la estrategia comercial y en la comunicación con el cliente. Este programa formativo es muy completo pues también se analiza la conducta del consumidor, la fidelización y satisfacción del cliente, cómo tratar la reclamación, las técnicas de venta en general así como lo que actualmente se denomina e-marketing y que trata el marketing en Internet.

ÍNDICE

- 1 Conceptos básicos de marketing
 - 1.1 Introducción
 - 1.2 Desarrollo histórico del Marketing
 - 1.3 Importancia actual del Marketing
 - 1.4 Definición de Marketing
 - 1.5 Enfoques empresariales del Marketing
 - 1.6 Actividades de Marketing
 - 1.7 Marketing MIX
 - 1.8 Factores que influyen en el Marketing
 - 1.9 Práctica - Las diez realidades del Marketing
 - 1.10 Cuestionario: Conceptos básicos de Marketing
- 2 Administración de clientes
 - 2.1 Definición de CRM
 - 2.2 Motivos por los que implantar el CRM
 - 2.3 Métodos para la administración de las relaciones con los clientes
 - 2.4 Marketing relacional
 - 2.5 Finalidad del marketing relacional
 - 2.6 Ventajas de su implantación
 - 2.7 Expectativas del CRM
 - 2.8 Las realidades del CRM
 - 2.9 Conclusiones finales
 - 2.10 Práctica - Implantación del CRM
 - 2.11 Cuestionario: Administración de clientes
- 3 Telemarketing
 - 3.1 Introducción
 - 3.2 Telemarketing
 - 3.3 Acciones de venta del telemarketing
 - 3.4 Promociones de ventas
 - 3.5 Ventajas del telemarketing
 - 3.6 Desventajas

- 3.7 Práctica - Contrarrestar las desventajas del telemarketing
- 3.8 Cuestionario: Telemarketing

4 La comunicación y la conducta del consumidor

- 4.1 La comunicación
- 4.2 La comunicación en la venta
- 4.3 La comunicación oral
- 4.4 Normas para una comunicación efectiva
- 4.5 Normas para hablar correctamente
- 4.6 Lenguaje telefónico
- 4.7 Palabras y expresiones que no deben utilizarse
- 4.8 Expresiones que deben utilizarse
- 4.9 Cuestionario: La comunicación y la conducta del consumidor

5 Fidelización, satisfacción y reclamaciones del cliente

- 5.1 Introducción
- 5.2 Satisfacción del cliente
- 5.3 Programas de fidelización
- 5.4 Las reclamaciones
- 5.5 Actitud que conviene adoptar frente a una reclamación
- 5.6 Práctica - Grado satisfacción del cliente
- 5.7 Cuestionario: Fidelización y satisfacción del cliente

6 Estudio del cliente

- 6.1 Introducción
- 6.2 Características y hábitos del consumidor
- 6.3 El consumidor como sujeto de la venta
- 6.4 El comportamiento del consumidor
- 6.5 Necesidades y motivaciones para la compra
- 6.6 Motivación o motivo
- 6.7 Análisis de los diferentes clientes
- 6.8 Segmentación del mercado de consumidores
- 6.9 Maneras de segmentar
- 6.10 Conociendo el comportamiento del consumidor final
- 6.11 Posicionamiento frente a la competencia
- 6.12 Práctica - Comportamiento de compra según su aspecto físico y su carácter
- 6.13 Cuestionario: Estudio de cliente

7 Atención al cliente

- 7.1 Significados de servicio al cliente
- 7.2 Atención al cliente
- 7.3 Aptitudes positivas para la venta
- 7.4 La acogida y la despedida
- 7.5 Clientes y situaciones difíciles
- 7.6 Costes de un mal servicio al cliente

8 Técnicas de venta

- 8.1 La venta y el marketing
- 8.2 La planificación de la venta

- 8.3 El producto como elemento de venta
- 8.4 Ciclo de vida del producto
- 8.5 Las objeciones
- 8.6 El vendedor y su actitud
- 8.7 El precio del producto
- 8.8 Técnicas de respuesta
- 8.9 Planificación de una campaña de venta por teléfono
- 8.10 El cierre de la venta
- 8.11 Cuestionario: Técnicas de venta

9 Marketing e Internet

- 9.1 Introducción
- 9.2 Planificación del e-Marketing
- 9.3 Técnicas para la personalización
- 9.4 Técnicas publicitarias
- 9.5 Intercambio de vínculos y alta en buscadores
- 9.6 Técnicas de Internet para la fidelización
- 9.7 Práctica - Ampliando horizontes
- 9.8 Cuestionario: Cuestionario final

MCV

Form &
motiva