



TÍTULO: Marketing Telefónico

DURACIÓN: 57 H

■ OBJETIVOS

- Conocer aspectos básicos del cliente, clasificaciones y tipologías.
- Descubrir el concepto de marketing y lo que este significa.
- Conocer en qué consiste el marketing y su evolución hasta la actualidad.
- Indagar en los tipos de venta.

■ OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Reflexionar acerca de la importancia de disponer de un servicio de atención al cliente de calidad.
- Conocer las herramientas y los objetivos que propone una estrategia de marketing.
- Indagar en las posibilidades, tipos y ventajas que ofrece el marketing directo.
- Conocer los aspectos más importantes del marketing telefónico.
- Descubrir cómo afrontar y solucionar las diferentes situaciones que provocan el marketing telefónico.
- Conocer el proceso de venta y sus características.
- Conocer y contemplar otros tipos de marketing en la estrategia empresarial, sus potencialidades y sus aportaciones.
- Descubrir las características que debe poseer un profesional de la venta.

■ CONTENIDOS

- **Capítulo 1. El cliente**
 - Conceptos previos
 - Clasificación de clientes
 - Tipología de clientes
 - Atención al cliente
- **Capítulo 2. El marketing**
 - Leyes inmutables del marketing
 - Historia del marketing
 - Concepto y objetivo



- **Capítulo 3. El marketing directo**
 - Definición de marketing directo
 - Objetivos del marketing directo
 - Funcionamiento del marketing directo
 - Características y ventajas del marketing directo
 - Desventajas del marketing directo
 - Medios de marketing directo
- **Capítulo 4. Marketing telefónico**
 - Pasado y presente del marketing telefónico
 - Televendedores/as
 - La voz
 - El lenguaje
 - El teléfono y la venta
 - El teléfono en la empresa: Evaluación y análisis
 - El orden
 - La preparación psicológica
 - Las siete etapas de la comunicación telefónica
 - Recibo de llamadas
 - Elección de las palabras adecuadas
 - La transmisión del mensaje
 - La gestión de las situaciones difíciles
- **Capítulo 5. Otros tipos de marketing**
 - Marketing por correo directo
 - Marketing por catálogo
 - Marketing de respuesta directa por televisión
 - Marketing en kioscos
 - Marketing en línea
- **Capítulo 6. La venta**
 - Definición de venta
 - Características del vendedor
 - Tipos de venta
 - Estrategias de venta
 - Las objeciones
 - El cierre
 - Reflexión y autoanálisis
 - Servicio postventa
 - Reclamaciones