



**FORMACIÓN ESPECIALIZADA  
PARA USUARIOS DE ONGs**

CURSO DE  
**Telemarketing**



# PROGRAMA FORMATIVO

## Telemarketing

<b>Familia profesional</b>	Comercio y ventas
<b>Horas</b>	90 horas (adaptable al proyecto formativo)
<b>Modalidad</b>	Online

## Descripción

<b>Objetivos del curso</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Acercamiento conceptual al a investigación de mercados y el marketing.</li> <li>- Conocer las técnicas para una adecuada atención al cliente.</li> <li>- Identificar las características de un profesional eficiente en las ventas.</li> <li>- Aprender las estrategias y herramientas de medición de la calidad en el servicio al cliente.</li> <li>- Familiarizarse con el concepto de comercio electrónico.</li> </ul>
----------------------------	--

<b>Programa formativo</b>	Unidad 1. Telemarketing Introducción El telemarketing Fases del telemarketing Unidad 2. Investigación de mercados y marketing Los componentes de un sistema de información de marketing Concepto, objetivos y aplicaciones de la investigación de mercados. Metodología para la realización de un estudio de investigación de mercados Unidad 3. Técnicas de atención al cliente Tipología de clientes Comunicación verbal y no verbal Pautas de comportamiento Estilos de respuesta en la interacción verbal: asertivo, agresivo y no asertivo Técnicas de asertividad La atención telefónica Tratamiento de cada una de las situaciones de atención básica
---------------------------	---

El proceso de atención de las reclamaciones en el establecimiento comercial o en el reparto domiciliario  
Pautas de comportamiento en el proceso de atención a las reclamaciones  
Documentación de las reclamaciones e información que debe contener  
Unidad 4. La figura del telefonista como vendedor  
El vendedor  
Tipos de vendedores  
Características del buen vendedor  
Tipos de ventas  
Cómo tener éxito en las ventas  
Actividades del vendedor  
Nociones de psicología aplicada a la venta  
Unidad 5. Calidad y satisfacción del cliente  
Introducción  
Herramientas de medida de la calidad percibida (satisfacción del cliente)  
Calidad percibida por el consumidor  
Calidad del servicio  
¿Por qué medir la calidad percibida?  
¿Por qué resulta difícil medir la calidad percibida?  
Herramientas para medir la satisfacción del cliente  
Unidad 6. Administración del correo  
Administración del sistema  
Optimización del rendimiento del sistema  
Monitorización del sistema  
Securización del sistema  
Unidad 7. Comercio electrónico  
Introducción  
Concepto de comercio electrónico  
Categorías del comercio electrónico  
¿Qué aporta el comercio electrónico para la empresa?  
Aplicaciones de comercio electrónico en la empresa

## Ventajas de realizar la formación con Audiolís

### Experiencia

Más de 35 años de experiencia en mejorar el nivel de empleabilidad a través de acciones formativas de cualificación profesional.

### Firme compromiso

Experiencia específica en el desarrollo de proyectos de inserción laboral con personas en situación de exclusión social.

### Calidad docente

Docentes con contrastada y amplia experiencia en las temáticas que tutorizan, tanto en conceptos teóricos como prácticos.

### Metodología integradora

Metodología de enseñanza-aprendizaje adaptada a las necesidades concretas de personas en situación de exclusión social, refugiadas, apátridas o migrantes.

### Confianza

Proveedor habitual de servicios de formación para entidades sin ánimo de lucro.

### Mercado laboral

Adaptación de todas nuestras acciones formativas a la demanda del mercado laboral.

## Adaptamos la formación a tus necesidades



### El usuario en el centro

Somos sensibles con sus circunstancias personales creando un entorno agradable y cercano para su formación.



### Tecnología

Disponemos de la última tecnología para facilitar el aprendizaje, independientemente de su nivel de estudios y competencia digital.



### Máxima personalización

Totalmente flexibles en duración, programación formativa, lugar de impartición y modalidad de las acciones formativas