



## DESCRIPCIÓN

Los objetivos de este curso son:

- Conocer los elementos externos a la comunicación que van a influir el proceso, especialmente en la venta.
- Estudiar el proceso de comunicación identificando los elementos fundamentales que intervienen en el proceso de venta y compra.
- Adquirir herramientas y técnicas para potenciar el proceso de comunicación en diferentes situaciones.
- Estrategias de venta, Telemarketing y comunicación a través del teléfono.
- Gestión eficaz de las quejas y reclamaciones recibidas.

## DIRIGIDO A

El curso está dirigido a alumnos interesados en la temática, y permitirá al usuario adquirir los conocimientos y destrezas necesarias para desempeñar funciones relacionadas con la materia.

## REQUISITOS ESPECIALES DE ACCESO Y OBTENCIÓN DEL TÍTULO

Requisitos de acceso:

- No se establecen requisitos de acceso previos

Requisitos para obtener la titulación:

- Lectura / Estudio del material didáctico completo
- Visionado de los videos formativos
- Completar el 100% de las autoevaluaciones
- Superar el examen final con nota superior al 60%

### FICHA DEL CURSO



#### Modalidad Elearning

Duración: 40 h / Duración Recomendada: 5 semanas



#### Titulación Otorgada

Atención telefónica



#### Título emitido por

**Intedya**  
International Dynamic Advisors



#### Material Entregado

El curso está compuesto por material interactivo, con:

- Videos explicativos de cada unidad didáctica
- Pruebas de evaluación
- Tutorización on line
- Examen Final

TEMARIO

**UD. 1. Comunicación y atención telefónica**

- 1.1. Introducción
- 1.2. Atención al cliente
- 1.3. Atención telefónica
- 1.4. Elementos que intervienen en la atención telefónica
- 1.5. La atención telefónica como medio de venta y compra.

**UD. 2. Elementos que intervienen en la venta y compra de forma directa**

- 2.1. Proceso de comunicación
- 2.2. El medio de comunicación
- 2.3. El vendedor 2.4. El cliente.

**UD. 3. Proceso de comunicación**

- 3.1. Recepción de llamadas
- 3.2. Realización de llamadas
- 3.3. El Feedback-escucha activa
- 3.4. La comunicación no verbal
- 3.5. La llamada en frío.

**UD. 4. Aspectos externos de gran influencia**

- 4.1. Concepto de atención al cliente en el siglo XXI
- 4.2. Proceso de cierre de la llamada
- 4.3. Superación de filtros
- 4.4. Los teléfonos móviles.

**UD. 5. La televenta a través del teléfono**

- 5.1. Estrategias de venta
- 5.2. Telemarketing
- 5.3. Competencias de eficacia personal
- 5.4. Competencia de influencia
- 5.5. Empatía.

**UD. 6. Quejas y reclamaciones**

- 6.1. Acciones para analizar las necesidades del cliente
- 6.2. Acciones para responder al cliente
- 6.3. El comportamiento humano y el análisis de las necesidades de este
- 6.4. Una visión positiva de las quejas y reclamaciones
- 6.5. Orientaciones básicas y actitudes profesionales para atender las quejas y reclamaciones.