

REQUISITOS DE LOS CANDIDATOS: Los alumnos deberán reunir los siguientes requisitos: ser mujeres o jóvenes menores de 30 años o personas con discapacidad o mayores de 45 o personas de baja cualificación (no deberán disponer de título ni de Formación Profesional, ni titulación universitaria, ni carnet profesional, ni certificado de profesionalidad de nivel 2 o 3) o ser desempleados de larga duración (demandantes de empleo con, al menos, 12 meses de antigüedad en los 18 meses anteriores a la selección)

COMPETENCIAS BÁSICAS DE LOS CANDIDATOS: Tener conocimientos muy básicos de informática y tener equipo informático propio en casa con acceso a Internet para poder realizar la parte de Teleformación.

OCUPACIONES O PUESTOS DE TRABAJO RELACIONADOS: Dependiente, comercial o cualquier otra ocupación relacionada con la atención al cliente en cualquier empresa/entidad.

OBJETIVOS DEL CURSO:

- Adquirir o incrementar las competencias profesionales suficientes para poder orientar, asesorar y vender al cliente productos que precisen un conocimiento técnico, efectuando el cierre y posterior seguimiento de las operaciones.
- Desarrollar procesos básicos de organización y gestión de su actividad comercial y utilizar eficazmente las técnicas de prospección del mercado y del cliente potencial.
- Analizar los diferentes elementos de la política comercial de las empresas para ajustar su actuación y contribuir a su adaptación y mejora.
- Adquirir y/o actualizar los conocimientos de las técnicas de ventas aplicándolas al comercio
- Conocer las técnicas de fidelización del cliente, y así poder mantener la cartera de clientes con un grado de satisfacción adecuado.
- Abordar tanto los aspectos estratégicos como tácticas de dichas técnicas.
- Utilizar eficazmente las técnicas de venta orientadas a los procesos de negociación y seguimiento del cliente.
- Preparar a los trabajadores de ese sector para desenvolverse adecuadamente an las tareas administrativas, organizacionales, jurídica y comunicativas propias de la atención al cliente.
- Conocer y poder atender de forma eficaz y satisfactoria las posibles reclamaciones de los clientes.
- Mejorar la relación con los clientes adquiriendo para ello los conocimientos específicos sobre técnicas de comunicación.
- Adquirir las habilidades y herramientas necesarias para perfeccionar la labor de atención telefónica al cliente

CONTENIDOS (resumidos)

CONTENIDO PRESENCIAL (6 HORAS) en el que se estudiarán las últimas tendencias en:

TÉCNICAS DE VENTA, VENTA ONLINE, TÉCNICAS DE INFORMACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE/CONSUMIDOR Y GESTIÓN DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE/CONSUMIDOR

CONTENIDO TELEFORMACION (204 HORAS) en la que se estudiarán los siguientes temas:

BLOQUE TEMÁTICO 1: TÉCNICAS DE VENTA (70 HORAS)

Procesos de venta
Aplicación de técnicas de venta
Seguimiento y fidelización de clientes
Resolución de conflictos y reclamaciones propios de la venta.

BLOQUE TEMÁTICO 2: GESTIÓN DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE/CONSUMIDOR (60 HORAS)

Procesos de atención al cliente/consumidor
Dependencia funcional del departamento de atención al cliente
Factores fundamentales desarrollados en la atención al cliente
El marketing en la empresa y su relación con el departamento de atención al cliente
Variables que influyen en la atención al cliente
Documentación implicada en la atención al cliente.
Servicio Post venta.
Calidad en la prestación del servicio de atención al cliente
Procesos de calidad en la empresa.
Concepto y características de la calidad de servicio.
Ratios de control y medición de la calidad y satisfacción del cliente.
Aspectos legales en relación con la atención al cliente
Ordenación del Comercio Minorista
Servicios de la Sociedad de la Información y el Comercio Electrónico
Protección de Datos
Protección al consumidor

BLOQUE TEMÁTICO 3: TÉCNICAS DE INFORMACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE/CONSUMIDOR (60 HORAS)

Gestión y tratamiento de la información del cliente/consumidor
Procedimientos de gestión y tratamiento de la información dentro de la empresa.
Bases de datos para el tratamiento de la información en el departamento de atención al cliente/consumidor/usuario.
Normativa de protección de datos de bases de datos de clientes.
Confección y presentación de informes.
Técnicas de comunicación a clientes/consumidores
Modelo de comunicación interpersonal:
Comunicación con una o varias personas: diferencias y dificultades
Barreras y dificultades en la comunicación interpersonal presencial.
Expresión verbal:
Empatía y asertividad:
Comunicación no presencial:
Comunicación escrita:

BLOQUE TEMÁTICO 4: VENTA ONLINE (14 HORAS)

Internet como canal de venta
Utilidades de los sistemas online
Modelos de comercio a través de Internet.
Servidores online
Diseño comercial de páginas web
Tiendas virtuales:
Medios de pago en Internet:
Conflictos y reclamaciones de clientes: