

## MARKETING TELEFÓNICO

**HORAS: 57**

### **OBJETIVOS: Objetivos generales**

- 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 del curso**

- 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