

TELEMARKETING (MV015)			
MODALIDAD	Teleformación	Hs. DURACIÓN	30
UNIDADES	TEMAS		
Conceptos básicos de marketing	• Introducción • Desarrollo histórico del Marketing • Importancia actual del Marketing • Definición de Marketing	• Enfoques empresariales del Marketing • Actividades de Marketing • Marketing MIX	• Factores que influyen en el Marketing • Práctica - Las diez realidades del Marketing • Cuestionario: Conceptos básicos de Marketing
Administración de clientes	• Definición de CRM • Motivos por los que implantar el CRM • Métodos para la administración de las relaciones con los clientes • Marketing relacional	• Finalidad del marketing relacional • Ventajas de su implantación • Expectativas del CRM • Las realidades del CRM	• Conclusiones finales • Práctica - Implantación del CRM • Cuestionario: Administración de clientes
Telemarketing	• Introducción • Telemarketing • Acciones de venta del telemarketing	• Promociones de ventas • Ventajas del telemarketing • Desventajas	• Práctica - Contrarrestar las desventajas del telemarketing • Cuestionario: Telemarketing
La comunicación y la conducta del consumidor	• La comunicación • La comunicación en la venta • La comunicación oral	• Normas para una comunicación efectiva • Normas para hablar correctamente • Lenguaje telefónico	• Palabras y expresiones que no deben utilizarse • Expresiones que deben utilizarse • Cuestionario: La comunicación y la conducta del consumidor
Fidelización, satisfacción y reclamaciones del cliente	• Introducción • Satisfacción del cliente • Programas de fidelización	• Las reclamaciones • Actitud que conviene adoptar frente a una reclamación	• Práctica - Grado satisfacción del cliente • Cuestionario: Fidelización y satisfacción del cliente
Estudio del cliente	• Introducción • Características y hábitos del consumidor • El consumidor como sujeto de la venta • El comportamiento del consumidor • Necesidades y motivaciones para la compra	• Motivación o motivo • Análisis de los diferentes clientes • Segmentación del mercado de consumidores • Maneras de segmentar	• Conociendo el comportamiento del consumidor final • Posicionamiento frente a la competencia • Práctica - Comportamiento de compra según su aspecto físico y su carácter • Cuestionario: Estudio de cliente
Atención al cliente	• Significados de servicio al cliente • Atención al cliente	• Aptitudes positivas para la venta • La acogida y la despedida	• Clientes y situaciones difíciles • Costes de un mal servicio al cliente
Técnicas de venta	• La venta y el marketing • La planificación de la venta • El producto como elemento de venta • Ciclo de vida del producto	• Las objeciones • El vendedor y su actitud • El precio del producto • Técnicas de respuesta	• Planificación de una campaña de venta por teléfono • El cierre de la venta • Cuestionario: Técnicas de venta
Marketing e Internet	• Introducción • Planificación del e-Marketing • Técnicas para la personalización	• Técnicas publicitarias • Intercambio de vínculos y alta en buscadores • Técnicas de Internet para la fidelización	• Práctica - Ampliando horizontes • Cuestionario: Cuestionario final