

APP Módulo 2 Técnicas de venta (30 h)

AF: 33031

OBJETIVO

El objetivo principal de este curso es enseñar todos los aspectos relacionados con la fidelización del cliente, así como la resolución de dificultades,

Al finalizar el curso, el alumno será capaz de:

Conocer las estrategias de fidelización del cliente en el proceso de venta.

Resolver y gestionar con habilidad las diferentes dificultades que se puedan presentar en el proceso, e incluso logrando recuperar un cliente que en principio se pudiera dar por perdido.

Conocer las diferentes vías mediante las cuales se pueden resolver las reclamaciones en el proceso de venta.

Identificar y gestionar los derechos de los consumidores.

Entender cómo funciona la hoja de reclamaciones y cómo se tramita.

ÍNDICE

UNIDAD 1. MANTENIMIENTO DEL CLIENTE: SEGUIMIENTO Y FIDELIZACIÓN

Introducción

Mapa conceptual

Contenido

1.1. La confianza y las relaciones comerciales

1.2. Estrategias de fidelización

1.3. Telemarketing

1.3.1. Ventajas del uso del telemarketing

1.3.2. Aplicaciones del telemarketing

1.3.3. El guion de telemarketing

1.3.4. Pasos para la preparación de un guion

1.4. Customer relationship management (CRM)

1.5. Clasificación del telemarketing

1.5.1. Entrante o pasivo

1.5.2. Saliente o activo

UNIDAD 2. GESTIÓN DE QUEJAS Y CONFLICTOS

Introducción

Mapa conceptual

Contenido

2.1. Conflictos y reclamaciones en la venta

2.1.1. Tipos de reclamaciones

2.2. Gestión de quejas y reclamaciones

2.2.1. Derecho de los consumidores (normativa)

2.2.2. Hoja de reclamación y su tramitación

2.2.3. Oficina municipal de información al consumidor (OMIC)

UNIDAD 3. RESOLUCIÓN DE RECLAMACIONES Y SUS DIFERENTES VÍAS

Introducción

Mapa conceptual

Contenido

3.1. Usos habituales en el sector comercial

3.2. Resolución extrajudicial de reclamaciones: ventajas y procedimientos

3.3. Juntas arbitrales de consumo

3.3.1. ¿Quién y cómo puede acceder al arbitraje?

3.3.2. Etapas del arbitraje

Resumen

BIBLIOGRAFÍA

GLOSARIO