

- Tener conocimiento de la importancia del proceso de comunicación con el objetivo de la atención al cliente.
- Conocer y saber utilizar todos los elementos que intervienen en el proceso de comunicación.
- Saber cuáles son las posibles reacciones del cliente en el proceso de venta.
- Poder controlar las quejas y reclamaciones que puedan surgir en base a los servicios o productos ofrecidos por una empresa o compañía.

## **Tema 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

## **Tema 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

## **Tema 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

## **Tema 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

## **Tema 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

## **Tema 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