

ATENCIÓN AL CLIENTE TELEFÓNICA



Área: Comercio
Modalidad: Presencial
Duración: 7 h
Precio: 91.00€

[Curso Bonificable](#)
[Contactar](#)
[Recomendar](#)
[Matricularme](#)

OBJETIVOS

Que los participantes obtengan los mejores resultados en cada uno de los procesos que se llevan a cabo en atención al cliente y gestión comercial, así como los conocimientos para realizarlos de manera eficiente. De la misma forma, que desarrollen habilidades técnicas específicas y respecto del modelo actual de la gestión en la empresa.

Como objetivos específicos se conseguirá que los participantes:

- Comprendan la función del departamento de att. al cliente.
- Conozcan los principales procesos de atención al cliente que involucran a La empresa y adquieran las herramientas necesarias para desempeñarse de manera profesional en la misma.
- Conozcan modelos básicos de secuencias de tareas, la comunicación efectiva y la resolución de conflictos con solvencia y sepan como aplicarlos en el trabajo diario.
- Adquirir conocimientos para el desarrollo de habilidades comerciales y conocer, analizar y acercarse a los hábitos de los clientes y el proceso y las técnicas de venta para garantizar su cierre

CONTENIDOS

1. LA ATENCIÓN TELEFÓNICA

- La interacción entre los departamentos de La empresa y Atención al cliente.
- El ciclo del cliente/potencial cliente en la recepción del servicio.
- Técnicas para una excelente Atención Telefónica. La comunicación efectiva
- Recepción vs Emisión.
- Elementos que interviene en la comunicación. La expresión verbal.
- El lenguaje positivo y negativo.
- Tratamiento de reclamaciones.

2. PROCESOS

- La gestión operativa de las llamadas: manejo eficiente que optimice resultados.
- El circuito de atención al cliente: puntos de conflicto y modelos de resolución.
- Cómo dirigirse a los clientes. Procedimientos.
- Gestión comercial a través del teléfono. La asertividad

3. ENFOQUE EN UN SERVICIO DE EXCELENCIA

- Reglas básicas que orientan hacia un servicio de excelencia.
- Lo que los clientes esperan del servicio de La empresa.
- Técnicas para generar experiencias.

4. PLAN DE ACCIÓN OPERATIVO

- Check Lists.
- Plan de acción individual