



Curso Técnicas de Marketing y Atención al Cliente

(60 horas)

Técnicas de Marketing (30 horas)

Módulo 1: Introducción.

- ¿Qué es el marketing de contenidos?

Modulo 2: Crea una estrategia de marca de contenidos.

- ¿Qué son los contenidos de marca?
- Las 5 claves para construir una estrategia de contenidos de marca que sea eterna.
- Poniendo el "Marketing" en tu estrategia de contenidos de marca.
- Identifica los objetivos de tu marketing de contenidos
- Investiga y recopila información sobre tu contenido
- Crea tu estrategia de contenidos de marca

Modulo 3: Los 6 tipos de contenidos que necesitas crear.

- Contenido textual
- Contenido visual
- Audio
- Video
- Contenido interactivo
- Historias
- Recicla tu contenido

Modulo 4: Da a conocer al mundo tus contenidos.

- El Email
- Las redes sociales
- Contenido móvil
- Hazte global: Lleva tu contenido a nuevos mercados
- Próximos pasos



Atención al Cliente (30 horas)

MÓDULO I: ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS OPERACIONES DE COMPRAVENTA

Tema 1: Introducción

Atención al cliente en el proceso comercial.

Tema 2: El departamento comercial

1. Origen del departamento comercial.
2. Funciones básicas.
3. Identificación de necesidades y gustos del cliente: clasificación del cliente.

Tema 3: Procedimiento de comunicación comercial

1. Elementos de comunicación institucional.
2. Fases del procedimiento.
3. Soportes de la comunicación.
4. Tratamiento hacia el cliente.
5. Conseguir una comunicación exitosa.
6. Técnicas de preguntas.

Tema 4: Identificación del perfil psicológico de los distintos clientes

1. Introducción.
2. Aplicación de condiciones de venta.
3. Transmisión de información comercial relevante según el tipo de cliente.
4. Motivación.

Tema 5: Relación con el cliente a través de distintos canales

1. Introducción.
2. Características, ventajas e inconvenientes.
3. Internet como canal de comunicación.

Tema 6: Criterios de calidad en la atención al cliente: satisfacción del cliente

1. Calidad en la atención al cliente.
2. Cómo alcanzar la satisfacción del cliente.
3. Beneficios de la satisfacción del cliente.
4. Niveles de satisfacción.



5. Cómo se forman las expectativas de los clientes.
6. La satisfacción del cliente y calidad.
7. Medir la satisfacción.

Tema 7: Aplicación de la confidencialidad en la atención al cliente

1. Legislación.
2. Consentimiento.
3. Derechos del afectado.
4. Derecho de acceso.
5. Derecho de rectificación.
6. Derecho de cancelación y oposición.
7. Derecho de impugnación y de indemnización.
8. Derecho de consulta en el registro general de la AGPD.

MÓDULO II: COMUNICACIÓN DE INFORMACIÓN COMERCIAL EN LOS PROCESO DE COMPRAVENTA

Tema 1: El proceso de compraventa como comunicación

1. Aspectos básicos: identificación de la comunicación en la venta.
2. Técnicas y medios de comunicación de la compra y venta.
3. La comunicación oral.
4. La comunicación no verbal, el lenguaje del cuerpo.
5. La comunicación escrita.
6. Argumentación comercial.
7. Tratamiento de objeciones.
8. Comunicación de la información sobre los productos.

Tema 2: La venta telefónica

1. La venta por catálogo.
2. Televenta.
3. Internet y otras formas.

MODULO III: ADAPTACIÓN DE LA COMUNICACIÓN COMERCIAL AL TELEMARKETING

Tema 1: Aspectos básicos del Telemarketing



1. ¿Qué es el marketing?
2. ¿Qué es el telemarketing?
3. Teleoperadores.

Tema 2: La operativa general del teleoperador

1. Conectar con el cliente.
2. Motivación del teleoperador hacia la comunicación.
3. Afianzar las actitudes positivas del teleoperador.

Tema 3: Técnicas de venta

1. Principales técnicas de venta.
2. Los guiones: planificar su existencia.
3. La entrevista.
4. Elementos para el éxito.

Tema 4: Cierre de la venta

1. Objeciones de los clientes: principales causas y actitudes.
2. Minimizar las hostilidades de los clientes.
3. Tipología de cierres de venta.

MÓDULO IV: TRAMITACIÓN EN LOS SERVICIOS POSVENTA

Tema 1: Seguimiento comercial y fidelización de la clientela

1. Seguimiento comercial: concepto.
2. ¿En qué consiste la fidelización?
3. Instrumentos de fidelización.
4. Finalidad.

Tema 2: Identificación de quejas y reclamaciones

1. Concepto.
2. Utilidad de las quejas y reclamaciones.
3. Características.
4. Tipología: presenciales y no presenciales.

Tema 3: Procedimiento de reclamaciones y quejas

1. Introducción.
2. Recepción, Análisis, Investigación y Cierre.



3. Formulación documental.

4. Resolución de dudas.

Tema 4: Valoración de los parámetros de calidad del servicio

1. Introducción.

2. La satisfacción del cliente.

3. Método SERVQUAL de medida de la calidad de productos o servicios.

4. Aplicación de la confidencialidad a la atención en los servicios de posventa.