

## **Atención al cliente en el proceso comercial**

Curso online de 40 horas de duración

### **CONTENIDO:**

#### **Tema I: Introducción al concepto de blanqueo de capitales y de la financiación del terrorismo**

##### 1. Antecedentes históricos

#### **1. Atención al cliente en las operaciones de compraventa.**

- 1.1. El departamento comercial:
  - 1.1.1. Funciones básicas.
  - 1.1.2. Identificación de necesidades y gustos del cliente: clasificación del cliente.
- 1.2. Procedimiento de comunicación comercial:
  - 1.2.1. Elementos de comunicación institucional.
  - 1.2.2. Fases del procedimiento.
  - 1.2.3. Soportes de la comunicación.
  - 1.2.4. Tratamiento hacia el cliente: léxico correcto, formulación adecuada de preguntas/respuestas y otras técnicas.
- 1.3. Identificación del perfil psicológico de los distintos clientes:
  - 1.3.1. Aplicación de condiciones de venta.
  - 1.3.2. Transmisión de información comercial relevante según el tipo de cliente.
  - 1.3.3. Motivación.
- 1.4. Relación con el cliente a través de distintos canales:
  - Características.
  - Ventajas e inconvenientes.
  - Internet como canal de comunicación.
- 1.5. Criterios de calidad en la atención al cliente: satisfacción del cliente.
- 1.6. Aplicación de la confidencialidad en la atención al cliente.

#### **2. Comunicación de información comercial en los procesos de compraventa.**

- 2.1. El proceso de compraventa como comunicación:
  - 2.1.1. Aspectos básicos: Identificación de la comunicación en la venta.
  - 2.1.2. Técnicas y medios de comunicación de la compra y la venta.
  - 2.1.3. Argumentación comercial.
  - 2.1.4. Tratamiento de objeciones.
  - 2.1.5. Comunicación de la información sobre los productos.
- 2.2. La venta telefónica.
  - 2.2.1. La venta por catálogo.
  - 2.2.2. Televenta.
  - 2.2.3. Internet y otras formas.

#### **3. Adaptación de la comunicación comercial al Telemarketing.**

- 3.1. Aspectos básicos del Telemarketing:
  - 3.1.1. Conceptos: Marketing, Telemarketing, teleoperador, sectores empresariales del mercado y otros.
- 3.2. La operativa general del teleoperador:
  - 3.2.1. Conectar con el cliente.
  - 3.2.2. Motivación del teleoperador hacia la comunicación.
  - 3.2.3. Afianzar actitudes positivas del teleoperador.
- 3.3. Técnicas de venta:
  - 3.3.1. Principales técnicas de venta comercial.
  - 3.3.2. Los guiones: planificar su existencia.

- 3.3.3. La entrevista: necesidades de los clientes y el correcto uso de los productos.
- 3.3.4. Elementos para el éxito de las distintas técnicas de venta.
- 3.4. Cierre de la venta:
  - 3.4.1. Objeciones de los clientes: principales causas y actitudes.
  - 3.4.2. Minimizar las hostilidades de los clientes.
  - 3.4.3. Tipología de cierres de venta.

#### **4. Tramitación en los servicios de postventa.**

- 4.1. Seguimiento comercial: concepto.
- 4.2. Fidelización de la clientela:
  - 4.2.1. Instrumentos de fidelización: bonificaciones, tarjetas de puntos o de club, cupones descuento y otros.
  - 4.2.2. Finalidad.
- 4.3. Identificación de quejas y reclamaciones:
  - 4.3.1. Concepto.
  - 4.3.2. Características.
  - 4.3.3. Tipología: presenciales y no presenciales.
- 4.4. Procedimiento de reclamaciones y quejas:
  - 4.4.1. Recepción.
  - 4.4.2. Formulación documental.
  - 4.4.3. Resolución de dudas.
- 4.5. Valoración de los parámetros de calidad del servicio y su importancia o consecuencias de su no existencia.
- 4.6. Aplicación de la confidencialidad a la atención prestada en los servicios de postventa.