

Atención al cliente en el proceso comercial

Atención al cliente en el proceso comercial

Duración: 40 horas

Precio: 300 euros.

Modalidad: e-learning

Metodología:

El Curso será desarrollado con una metodología a Distancia/on line. El sistema de enseñanza a distancia está organizado de tal forma que el alumno pueda compatibilizar el estudio con sus ocupaciones laborales o profesionales, también se realiza en esta modalidad para permitir el acceso al curso a aquellos alumnos que viven en zonas rurales lejos de los lugares habituales donde suelen realizarse los cursos y que tienen interés en continuar formándose. En este sistema de enseñanza el alumno tiene que seguir un aprendizaje sistemático y un ritmo de estudio, adaptado a sus circunstancias personales de tiempo

El alumno dispondrá de un extenso material sobre los aspectos teóricos del Curso que deberá estudiar para la realización de pruebas objetivas tipo test. Para el aprobado se exigirá un mínimo de 75% del total de las respuestas acertadas.

El Alumno tendrá siempre que quiera a su disposición la atención de los profesionales tutores del curso. Así como consultas telefónicas y a través de la plataforma de teleformación si el curso es on line. Entre el material entregado en este curso se adjunta un documento llamado Guía del Alumno dónde aparece un horario de tutorías telefónicas y una dirección de e-mail dónde podrá enviar sus consultas, dudas y ejercicios El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá del tipo de curso elegido y de las horas del mismo.

© icaformación2026

Profesorado:

Nuestro Centro fundado en 1996 dispone de 1000 m2 dedicados a formación y de 7 campus virtuales.

Tenemos una extensa plantilla de profesores especializados en las diferentes áreas formativas con amplia experiencia docentes: Médicos, Diplomados/as en enfermería, Licenciados/as en psicología, Licencidos/as en odontología, Licenciados/as en Veterinaria, Especialistas en Administración de empresas, Economistas, Ingenieros en informática, Educadodores/as sociales etc…

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas de las siguientes formas:

-Por el aula virtual, si su curso es on line
-Por e-mail
-Por teléfono

Medios y materiales docentes

-Temario desarrollado.

-Pruebas objetivas de autoevaluación y evaluación.

-Consultas y Tutorías personalizadas a través de teléfono, correo, fax, Internet y de la Plataforma propia de Teleformación de la que dispone el Centro.



© icaformación2026

Titulación:

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por correo o mensajería la titulación que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Programa del curso:

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.

© icaformación2026

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.

© icaformación2026