



Máster Gestión de Call Center: Contact Center Manager + Titulación Universitaria

+ Información Gratis

titulación de formación continua bonificada expedida por el instituto europeo de estudios empresariales

Máster Gestión de Call Center: Contact Center Manager + Titulación Universitaria

duración total: 800 horas horas teleformación: 300 horas

precio: 0 € *

modalidad: Online

descripción

Hoy en día los Centros de Contacto con Clientes constituyen el mayor -y a veces el único- punto de contacto de las organizaciones con los clientes, convirtiendo este área de Atención y gestión en un área de importancia estratégica en la Gestión de Experiencia de nuestros usuarios y clientes, y en definitiva, en su satisfacción y fidelización. Los Centros de Atención al Cliente se crearon para servir de manera más efectiva, y con un mejor retorno, a los clientes de las compañías, y han ido creciendo y evolucionando paralelamente al desarrollo tecnológico y de nuevos canales de contacto, como las Redes Sociales. Todo esto demuestra la importancia de tener un Contact Center profesionalizado, dotado de los medios y tecnologías adecuados y, sobre todo, compuesto por equipos de personas cualificadas y motivadas, dirigidos por buenos profesionales con formación específica en la actividad. Gracias a este Master Gestión de Call Center: Contact Center Manager conocerá las técnicas oportunas para desenvolverse profesionalmente en este entorno.



^{*} hasta 100 % bonificable para trabajadores.

a quién va dirigido

Todos aquellos trabajadores y profesionales en activo que deseen adquirir o perfeccionar sus conocimientos técnicos en este área.

objetivos

- Implantar, gestionar y dirigir un call center.
- Obtener información para el plan de actuación comercial de acuerdo con las especificaciones contenidas en la estrategia comercial de la organización.
- Elaborar informes con las conclusiones derivadas de la información procedente de los clientes, la competencia, el producto y los recursos humanos y materiales que concurren en la actividad comercial, para facilitar la toma de decisiones sobre estrategias comerciales.
- Liderar el equipo de comerciales facilitando su implicación y motivación para favorecer el cumplimiento de los objetivos del plan de ventas, valores e identidad corporativa.
- Programar la actuación en la venta a partir de parámetros comerciales definidos y el posicionamiento de empresa/entidad.
- Contactar con el cliente y realizar la venta.
- Conocer la inteligencia emocional aplicada a las técnicas de venta.
- Aplicar técnicas de negociación.
- Realizar estrategias de postventa.
- Conocer el telemarketing.

para qué te prepara

El siguiente Master Gestión de Call Center: Contact Center Manager le prepara para poder implantar, gestionar y dirigir un call center, capacitándole para una organización comercial, la gestión de la fuerza de ventas y equipos comerciales, las operaciones de venta y el telemarketing.

salidas laborales

Telemarketing / Comercial / Ventas / Atención al cliente / Call center.

titulación

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de INESEM vía correo postal, la Titulación Oficial que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/máster, la duración del mismo, el nombre y DNI del alumno, el nivel de aprovechamiento que acredita que el alumno superó las pruebas propuestas, las firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de la instituciones que avalan la formación recibida (Instituto Europeo de Estudios Empresariales).



forma de bonificación

- Mediante descuento directo en el TC1, a cargo de los seguros sociales que la empresa paga cada mes a la Seguridad Social.

metodología

El alumno comienza su andadura en INESEM a través del Campus Virtual. Con nuestra metodología de aprendizaje online, el alumno debe avanzar a lo largo de las unidades didácticas del itinerario formativo, así como realizar las actividades y autoevaluaciones correspondientes. Al final del itinerario, el alumno se encontrará con el examen final, debiendo contestar correctamente un mínimo del 75% de las cuestiones planteadas para poder obtener el título.

Nuestro equipo docente y un tutor especializado harán un seguimiento exhaustivo, evaluando todos los progresos del alumno así como estableciendo una línea abierta para la resolución de consultas.

El alumno dispone de un espacio donde gestionar todos sus trámites administrativos, la Secretaría Virtual, y de un lugar de encuentro, Comunidad INESEM, donde fomentar su proceso de aprendizaje que enriquecerá su desarrollo profesional.

materiales didácticos

- Manual teórico 'Venta Online'
- Manual teórico 'Organización de Procesos de Venta'
- Manual teórico 'Gestión de la Fuerza de Ventas y Equipos Comerciales'
- Manual teórico 'Dirección y Estrategias de la Actividad e Intermediación Comercial'
- Manual teórico 'Gestión Económico-Financiera Básica de la Actividad de Ventas e Intermediación Comerci
- Manual teórico 'Dirección de Equipos'
- Manual teórico 'Telemarketing'
- Manual teórico 'Psicología y Técnicas de Venta Vol 1'
- Manual teórico 'Psicología y Técnicas de Venta Vol 2'



profesorado y servicio de tutorías

Nuestro equipo docente estará a su disposición para resolver cualquier consulta o ampliación de contenido que pueda necesitar relacionado con el curso. Podrá ponerse en contacto con nosotros a través de la propia plataforma o Chat, Email o Teléfono, en el horario que aparece en un documento denominado "Guía del Alumno" entregado junto al resto de materiales de estudio. Contamos con una extensa plantilla de profesores especializados en las distintas áreas formativas, con una amplia experiencia en el ámbito docente.

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas, así como solicitar información complementaria, fuentes bibliográficas y asesoramiento profesional. Podrá hacerlo de las siguientes formas:

- **Por e-mail**: El alumno podrá enviar sus dudas y consultas a cualquier hora y obtendrá respuesta en un plazo máximo de 48 horas.
- **Por teléfono**: Existe un horario para las tutorías telefónicas, dentro del cual el alumno podrá hablar directamente con su tutor.
- A través del Campus Virtual: El alumno/a puede contactar y enviar sus consultas a través del mismo, pudiendo tener acceso a Secretaría, agilizando cualquier proceso administrativo así como disponer de toda su documentación









plazo de finalización

El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá de la misma duración del curso. Existe por tanto un calendario formativo con una fecha de inicio y una fecha de fin.

campus virtual online

especialmente dirigido a los alumnos matriculados en cursos de modalidad online, el campus virtual de inesem ofrece contenidos multimedia de alta calidad y ejercicios interactivos.

comunidad

servicio gratuito que permitirá al alumno formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: becas, descuentos y promociones en formación, viajes al extranjero para aprender idiomas...

revista digital

el alumno podrá descargar artículos sobre e-learning, publicaciones sobre formación a distancia, artículos de opinión, noticias sobre convocatorias de oposiciones, concursos públicos de la administración, ferias sobre formación, etc.

secretaría

Este sistema comunica al alumno directamente con nuestros asistentes, agilizando todo el proceso de matriculación, envío de documentación y solución de cualquier incidencia.

información y matrículas: 958 050 240

fax: 958 050 245

Además, a través de nuestro gestor documental, el alumno puede disponer de todos sus documentos, controlar las fechas de envío, finalización de sus acciones formativas y todo lo relacionado con la parte administrativa de sus cursos, teniendo la posibilidad de realizar un seguimiento personal de todos sus trámites con INESEM

programa formativo

PARTE 1. ORGANIZACIÓN COMERCIAL

MÓDULO 1. DIRECCIÓN Y ESTRATEGIAS DE VENTAS E INTERMEDIACIÓ COMERCIAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARCO ECONÓMICO DEL COMERCIO Y LA INTERMEDIACIÓN COMERCIAL

- 1.El sector del comercio y la intermediación comercial
- 2.El sistema de distribución comercial en la economía
- 3. Fuentes de información comercial
- 4.El comercio electrónico

UNIDAD DIDÁCTICA 2. OPORTUNIDADES Y PUESTA EN MARCHA DE LA ACTIVIDAD DE VENTAS E INTERMEDIACIÓN

- 1.El entorno de la actividad
- 2. Análisis de mercado
- 3. Oportunidades de negocio
- 4. Formulación del plan de negocio

UNIDAD DIDÁCTICA 3. MARCO JURÍDICO Y CONTRATACIÓN EN EL COMERCIO E INTERMEDIACIÓN COMERCIAL.

- 1. Concepto y normas que rigen el comercio en el contexto jurídico
- 2. Formas jurídicas para ejercer la actividad por cuenta propia
- 3.El contrato de agencia comercial
- 4.El código deontológico del agente comercial
- 5. Otros contratos de intermediación
- 6. Tramites administrativos previos para ejercer la actividad

UNIDAD DIDÁCTICA 4. DIRECCIÓN COMERCIAL Y LOGÍSTICA COMERCIAL

- 1. Planificación y estrategias comerciales:
- 2. Promoción de ventas
- 3.La logística comercial en la gestión de ventas de productos y servicios
- 4. Registro, gestión y tratamiento de la información comercial, de clientes, productos y/o servicios comerciales
- 5. Redes al servicio de la actividad comercial

MÓDULO 2. GESTIÓN ECONÓMICO-FINANCIERA BÁSICA DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL DE VENTAS E INTERMEDIACIÓN COMERCIAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PRESUPUESTOS Y CONTABILIDAD BÁSICA DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL.

- 1. Concepto y finalidad del presupuesto
- 2. Clasificación de los presupuestos
- 3.El presupuesto financiero
- 4. Estructura y modelos de los estados financieros previsionales
- 5. Características de las principales magnitudes contables y masas patrimoniales
- 6.El equilibrio patrimonial y sus efectos sobre la actividad
- 7. Estructura y contenido básico de los estados financiero-contables previsionales y reales

UNIDAD DIDÁCTICA 2. FINANCIACIÓN BÁSICA Y VIABILIDAD ECONÓMICA DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL

- 1. Fuentes de financiación de la actividad
- 2.Instrumentos básicos de análisis económico-financiero de la actividad
- 3.El Seguro
- 4. Aplicaciones informática para la gestión económico-financiera básica

UNIDAD DIDÁCTICA 3. GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y DOCUMENTAL DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL

- 1. Organizacion y archivo de la documentación
- 2.Facturación

+ Información Gratis

- 3. Documentación relacionada con la Tesorería
- 4. Comunicación interna y externa
- 5. Organizacion del trabajo comercial

UNIDAD DIDÁCTICA 4. GESTIÓN CONTABLE, FISCAL Y LABORAL BÁSICA EN LA ACTIVIDAD COMERCIAL.

- 1.Gestión contable básica
- 2. Gestión fiscal básica
- 3. Gestión laboral básica
- 4. Aplicaciones informáticas de gestión contable, fiscal y laboral

PARTE 2. GESTIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS Y EQUIPOS COMERCIALES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. DETERMINACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS

- 1. Definición y conceptos clave
- 2. Establecimiento de los objetivos de venta
- 3. Predicción de los objetivos ventas
- 4.El sistema de dirección por objetivos

UNIDAD DIDÁCTICA 2. RECLUTAMIENTO Y RETRIBUCIÓN DE VENDEDORES

- 1.El reclutamiento del vendedor
- 2.El proceso de selección de vendedores
- 3. Sistemas de retribución de vendedores
- 4.La acogida del vendedor en la empresa

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LIDERAZGO DEL EQUIPO DE VENTAS

- 1. Dinamización y dirección de equipos comerciales
- 2. Estilos de mando y liderazgo
- 3.Las funciones de un líder
- 4.La Motivación y reanimación del equipo comercial
- 5.El líder como mentor

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ORGANIZACIÓN Y CONTROL DEL EQUIPO COMERCIAL

- 1. Evaluación del desempeño comercial
- 2.Las variables de control
- 3.Los parámetros de control
- 4.Los instrumentos de control
- 5. Análisis y evaluación del desempeño de los miembros del equipo comercial
- 6. Evaluación general del plan de ventas llevado a cabo y de la satisfacción del cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 5. FORMACIÓN Y HABILIDADES DEL EQUIPO DE VENTAS

- 1. Necesidad de la formación del equipo
- 2. Modalidades de la formación
- 3.La formación inicial del vendedor
- 4.La formación permanente del equipo de ventas

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS EN EL EQUIPO COMERCIAL

- 1. Teoría del conflicto en entornos de trabajo
- 2. Identificación del conflicto
- 3.La resolución del conflicto

PARTE 3. OPERACIONES DE VENTA

MÓDULO 1. ORGANIZACIÓN DE PROCESOS DE VENTA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ORGANIZACIÓN DEL ENTORNO COMERCIAL

- 1. Fórmulas y formatos comerciales
- 2. Evolución y tendencias de la comercialización y distribución comercial. Fuentes de información y actualización comercial

- 3. Estructura y proceso comercial en la empresa
- 4. Posicionamiento e imagen de marca del producto, servicio y los establecimientos comerciales
- 5. Derechos del consumidor

UNIDAD DIDÁCTICA 2. GESTIÓN DE LA VENTA PROFESIONAL

- 1.El vendedor profesional
- 2. Organización del trabajo del vendedor profesional
- 3. Manejo de las herramientas de gestión de tareas y planificación de visitas

UNIDAD DIDÁCTICA 3. DOCUMENTACIÓN PROPIA DE LA VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

- 1.Documentos comerciales
- 2.Documentos propios de la compraventa
- 3. Normativa y usos habituales en la elaboración de la documentación comercial
- 4. Elaboración de la documentación
- 5. Aplicaciones informáticas para la elaboración y organización de la documentación comercial

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CÁLCULO Y APLICACIONES PROPIAS DE LA VENTA

- 1. Operativa básica de cálculo aplicado a la venta
- 2.Cálculo de PVP (Precio de venta al público)
- 3. Estimación de costes de la actividad comercial
- 4.Fiscalidad
- 5. Cálculo de descuentos y recargos comerciales
- 6.Cálculo de rentabilidad y margen comercial
- 7. Cálculo de comisiones comerciales
- 8. Cálculo de cuotas y pagos aplazados: intereses
- 9. Aplicaciones de control y seguimiento de pedidos, facturación y cuentas de clientes
- 10.Herramientas e instrumentos para el cálculo aplicados a la venta

MÓDULO 2. PSICOLOGÍA Y TÉCNICAS DE VENTA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL MERCADO

- 1.Concepto de mercado
- 2. Definiciones y conceptos relacionados
- 3. División del mercado

UNIDAD DIDÁCTICA 2. FASES DEL MERCADO

- 1.Ciclo de vida del producto
- 2.El precio del producto
- 3.Ley de oferta y demanda
- 4.El precio y al elasticidad de la demanda
- 5. Comercialización y mercado
- 6.La marca

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ESTUDIOS DE MERCADO Y SUS TIPOS

- 1.Estudios de mercado
- 2.Ámbitos de aplicación del estudio de mercados
- 3. Tipos de diseño de la investigación de los mercados
- 4. Segmentación de los mercados
- 5. Tipos de mercado
- 6.Posicionamiento

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL CONSUMIDOR

- 1.El consumidor y sus necesidades
- 2.La psicología; mercado
- 3.La psicología; consumidor
- 4. Necesidades
- 5. Motivaciones
- 6. Tipos de consumidores
- 7. Análisis del comportamiento del consumidor

+ Información Gratis

- 8. Factores de influencia en la conducta del consumidor
- 9. Modelos del comportamiento del consumidor

UNIDAD DIDÁCTICA 5. SERVICIO/ASISTENCIA AL CLIENTE

- 1.Servicio al cliente
- 2. Asistencia al cliente
- 3. Información y formación del cliente
- 4. Satisfacción del cliente
- 5. Formas de hacer el seguimiento
- 6.Derechos del cliente-consumidor
- 7. Tratamiento de reclamaciones
- 8. Tratamiento de dudas y objeciones

UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL PROCESO DE COMPRA

- 1. Proceso de decisión del comprador
- 2.Roles en el proceso de compra
- 3. Complejidad en el proceso de compra
- 4. Tipos de compra
- 5. Variables que influyen en el proceso de compra

UNIDAD DIDÁCTICA 7. EL PUNTO DE VENTA

- 1.Merchandising
- 2. Condiciones ambientales
- 3. Captación de clientes
- 4. Diseño interior
- 5. Situación de las secciones
- 6.Zonas y puntos de venta fríos y calientes
- 7.Animación

UNIDAD DIDÁCTICA 8. VENTAS

- 1.Introducción
- 2.Teoría de las ventas
- 3. Tipos de ventas
- 4. Técnicas de ventas

UNIDAD DIDÁCTICA 9. EL VENDEDOR. PSICOLOGÍA APLICADA

- 1.El vendedor
- 2. Tipos de vendedores
- 3. Características del buen vendedor
- 4.Cómo tener éxito en las ventas
- 5. Actividades del vendedor
- 6. Nociones de psicología aplicada a la venta
- 7. Consejos prácticos para mejorar la comunicación
- 8. Actitud y comunicación no verbal

UNIDAD DIDÁCTICA 10. MOTIVACIONES PROFESIONALES

- 1.La motivación
- 2. Técnicas de motivación
- 3. Satisfacción en el trabajo
- 4. Remuneración comercial

UNIDAD DIDÁCTICA 11. MEDIOS DE COMUNICACIÓN. ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN COMERCIAL

- 1.Proceso de comunicación
- 2. Elementos de la comunicación comercial
- 3. Estructura del mensaje
- 4. Fuentes de información
- 5. Estrategias para mejorar la comunicación
- 6. Comunicación dentro de la empresa

UNIDAD DIDÁCTICA 12. HABILIDADES SOCIALES Y PROTOCOLO COMERCIAL

- 1.¿Qué son las habilidades sociales?
- 2. Escucha activa
- 3.Lenguaje corporal

UNIDAD DIDÁCTICA 13. EVALUACIÓN DE SÍ MISMO. TÉCNICAS DE LA PERSONALIDAD

- 1.Inteligencias múltiples
- 2. Técnicas de afirmación de la personalidad; la autoestima
- 3. Técnicas de afirmación de la personalidad; el autorrespeto
- 4. Técnicas de afirmación de la personalidad; la asertividad

UNIDAD DIDÁCTICA 14. INTELIGENCIA EMOCIONAL APLICADA A LAS TÉCNICAS DE VENTA

- 1.Introducción
- 2. Cociente Intelectual e Inteligencia Emocional
- 3.El lenguaje emocional
- 4. Habilidades de la Inteligencia Emocional
- 5. Aplicación de la Inteligencia Emocional a la vida y éxito laboral
- 6. Establecer objetivos adecuados
- 7. Ventajas del uso de la Inteligencia Emocional en la empresa

UNIDAD DIDÁCTICA 15. LA VENTA Y SU DESARROLLO. INFORMACIÓN E INVESTIGACIÓN SOBRE EL CLIENTE

- 1.Metodología que debe seguir el vendedor
- 2. Ejemplo de una preparación en la información e investigación

UNIDAD DIDÁCTICA 16. LA VENTA Y SU DESARROLLO. EL CONTACTO

- 1.Presentación
- 2.Cómo captar la atención
- 3.Argumentación
- 4. Contra objeciones
- 5.Demostración
- 6. Negociación

UNIDAD DIDÁCTICA 17. LA NEGOCIACIÓN

- 1. Concepto de negociación
- 2. Bases fundamentales de los procesos de negociación
- 3. Tipos de negociadores
- 4.Las conductas de los buenos negociadores
- 5. Fases de la negociación
- 6. Estrategias de negociación
- 7. Tácticas de negociación
- 8. Cuestiones prácticas de negociación

UNIDAD DIDÁCTICA 18. EL CIERRE DE LA VENTA. LA POSTVENTA

- 1. Estrategias para cerrar la venta
- 2. Tipos de clientes; cómo tratarlos
- 3. Técnicas y tipos de cierre
- 4. Cómo ofrecer un excelente servicio postventa

MÓDULO 3. VENTA ONLINE

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTERNET COMO CANAL DE VENTA

- 1.Las relaciones comerciales a través de Internet
- 2. Utilidades de los sistemas online
- 3. Modelos de comercio a través de Internet
- 4. Servidores online

UNIDAD DIDÁCTICA 2. DISEÑO COMERCIAL DE PÁGINAS WEB

- 1.El internauta como cliente potencial y real
- 2. Criterios comerciales en el diseño comercial de páginas web
- 3. Tiendas virtuales

+ Información Gratis

- 4. Medios de pago en Internet
- 5. Conflictos y reclamaciones de clientes
- 6. Aplicaciones a nivel usuario para el diseño de páginas web comerciales: gestión de contenidos

PARTE 4. TELEMARKETING

UNIDAD DIDÁCTICA 1. VENTAS

- 1.Introducción
- 2. Teoría de las ventas
- 3. Tipos de ventas
- 4. Técnicas de ventas

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA VENTA Y SU DESARROLLO. INFORMACIÓN E INVESTIGACIÓN SOBRE EL CLIENTE

- 1.Metodología que debe seguir el vendedor
- 2. Ejemplo de una preparación en la información e investigación

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA VENTA Y SU DESARROLLO. EL CONTACTO

- 1.Presentación
- 2.Cómo captar la atención
- 3.Argumentación
- 4. Contra objeciones
- 5.Demostración
- 6. Negociación

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL SERVICIO, ASISTENCIA Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE/A

- 1.Introducción
- 2.La satisfacción del cliente/a
- 3. Formas de hacer el seguimiento
- 4.El servicio postventa
- 5. Asistencia al cliente/a
- 6.Información y formación al cliente/a
- 7. Tratamiento de las Reclamaciones
- 8. Cómo conseguir la satisfacción del cliente/a
- 9. Tratamiento de dudas y objeciones
- 10.Reclamaciones
- 11. Cara a cara o por teléfono

UNIDAD DIDÁCTICA 5. INTELIGENCIA EMOCIONAL APLICADA A LAS TÉCNICAS DE VENTA

- 1.Introducción
- 2. Cociente Intelectual e Inteligencia Emocional
- 3.El lenguaje emocional
- 4. Habilidades de la Inteligencia Emocional
- 5. Aplicación de la Inteligencia Emocional a la vida y éxito laboral
- 6.Establecer objetivos adecuados
- 7. Ventajas del uso de la Inteligencia Emocional en la empresa

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA NEGOCIACIÓN

- 1. Concepto de negociación.
- 2. Bases fundamentales de los procesos de negociación.
- 3. Tipos de negociadores.
- 4.Las conductas de los buenos negociadores.
- 5. Fases de la negociación.
- 6. Estrategias de negociación.
- 7. Tácticas de negociación.
- 8. Cuestiones prácticas de negociación.

UNIDAD DIDÁCTICA 7. EL CIERRE DE LA VENTA. LA POSTVENTA

1. Estrategias para cerrar la venta

- 2. Tipos de clientes; cómo tratarlos
- 3. Técnicas y tipos de cierre
- 4. Cómo ofrecer un excelente servicio postventa

UNIDAD DIDÁCTICA 8. ELEMENTOS, HABILIDADES Y TÉCNICAS COMERCIALES. LOS CALL CENTERS

- 1. Elementos de la comunicación comercial
- 2. Estrategias para mejorar la comunicación
- 3. Comunicación dentro de la empresa
- 4. Dispositivos de Información
- 5. Habilidades sociales y protocolo comercial
- 6.La comunicación verbal
- 7. Comunicación no verbal
- 8.La Comunicación Escrita
- 9. Técnicas y procesos de negociación
- 10. Bases fundamentales de los procesos de negociación
- 11.las conductas de los buenos/as negociadores/as
- 12. Estrategias y tácticas en la negociación
- 13. Fases de la negociación
- 14.Los Call Centers
- 15.La atención al cliente/a en el siglo XXI

UNIDAD DIDÁCTICA 9. ATENCIÓN AL CLIENTE

- 1.Tipología de clientes
- 2. Atención al cliente
- 3. Aptitudes positivas para la venta
- 4. Situaciones difíciles con los clientes
- 5. Costes de un mal servicio al cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 10. TELEMARKETING

- 1.Introducción
- 2.Telemarketing
- 3. Acciones de venta del telemarketing
- 4. Promociones de ventas
- 5. Ventajas del telemarketing
- 6.Desventajas

PARTE 5. DIRECCIÓN DE EQUIPOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL EQUIPO EN LA ORGANIZACIÓN ACTUAL.

- 1.La Importancia de los equipos en las organizaciones actuales.
- 2. Modelos explicativos de la eficacia de los equipos.
- 3. Composición de equipos, recursos y tareas.
- 4.Los procesos en los equipos.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL LIDERAZGO EN EL EQUIPO.

- 1.Liderazgo.
- 2. Enfoques en la teoría del liderazgo.
- 3. Estilos de liderazgo.
- 4.El papel del líder.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. COACHING Y LIDERAZGO DE EMPRESA.

- 1.El coaching como ayuda a la formación del liderazgo.
- 2.El coaching como estilo de liderazgo.
- 3.El coach como líder y formador de líderes.
- 4.El líder como coach.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. COACHING EJECUTIVO.

1.Lo específico del coaching ejecutivo.

- 2. Cualidades y competencias.
- 3. Formación y experiencia empresarial.
- 4. Dificultades del directivo. Errores más comunes.
- 5.Instrumentos y herramientas de medición del coaching ejecutivo.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. TÉCNICAS PARA MEJORAR EL FUNCIONAMIENTO DE UN EQUIPO.

- 1.Programa de entrenamiento.
- 2. Técnicas de desarrollo en equipo.

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LAS DINÁMICAS DE GRUPO.

- 1.Definición.
- 2. Aplicaciones a los distintos campos de la vida social.
- 3.¿Qué son las técnicas de Dinámica de Grupos?.
- 4. Normas generales para el uso de las técnicas de grupo.
- 5.El papel del dinamizador.

UNIDAD DIDÁCTICA 7. CLASIFICACIÓN DE LAS DINÁMICAS DE GRUPO.

- 1.Según el tamaño del grupo.
- 2. Según la participación de los expertos.
- 3. Según los objetivos.

UNIDAD DIDÁCTICA 8. TÉCNICAS DE DINÁMICA DE GRUPOS EN LA RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS EN LA EMPRESA.

- 1.Perspectiva positiva del conflicto.
- 2. Conflicto versus violencia.
- 3.Prevención.
- 4. Análisis y negociación.
- 5.Búsqueda de soluciones.
- 6. Procedimientos para enseñar a resolver conflictos.

UNIDAD DIDÁCTICA 9. LAS HABILIDADES SOCIALES EN LA GESTIÓN DE REUNIONES (I)

- 1.¿Qué son las habilidades sociales?
- 2.La asertividad
- 3. Conducta inhibida, asertiva y agresiva
- 4. Entrenamiento en asertividad

UNIDAD DIDÁCTICA 10. LAS HABILIDADES SOCIALES EN LA GESTIÓN DE REUNIONES (II)

- 1.La empatía
- 2.La escucha activa
- 3.La autoestima
- 4.¿Qué es la autoestima?
- 5.¿Cómo se forma la autoestima?
- 6. Técnicas para mejorar la autoestima

UNIDAD DIDÁCTICA 11. LA COMUNICACIÓN

- 1.El proceso de comunicación
- 2. Tipos de comunicación
- 3.Barreras de la comunicación
- 4.La comunicación efectiva
- 5. Aspectos importantes en la interacción con el interlocutor

UNIDAD DIDÁCTICA 12. EL GRUPO

- 1.¿Qué es un grupo?
- 2.Concepto de grupo
- 3. Características de los grupos
- 4. Funciones de los grupos
- 5. Clasificación de los grupos
- 6. Clasificación general de los grupos sociales
- 7. Clasificación según la estructura: grupos formales e informales

- 8. Clasificación según su identificación: grupos de pertenencia y de referencia
- 9. Clasificación según la socialización: grupos primarios y secundarios
- 10. Estructura de los grupos
- 11. Formación y desarrollo de los grupos

UNIDAD DIDÁCTICA 13. LAS TÉCNICAS GRUPALES EN LA ORGANIZACIÓN

- 1. Técnicas de grupo grande
- 2.Asamblea
- 3.Congreso
- 4.Conferencia
- 5. Técnicas de grupo mediano
- 6. Grupo de discusión (mediano o grande)
- 7. Comisión (grupo mediano y grande)
- 8.Mesa redonda
- 9. Técnicas de grupo pequeño
- 10.Clínica del rumor (de grandes a pequeños grupos)
- 11. Cuchicheo (para grupos pequeños, medianos y grandes)
- 12. Técnicas de trabajo o producción grupal
- 13.Role-playing
- 14.Phillips 6.6
- 15.Foro
- 16. Diálogos simultáneos
- 17. Técnicas de dinamización grupal
- 18. Técnicas de iniciación grupal o presentación
- 19. Técnicas de conocimiento y confianza
- 20. Técnicas para estimular la creatividad
- 21. Técnicas para el estudio y trabajo de temas
- 22. Técnicas de evaluación grupal

ANEXO 1. EXPERTO EN COACHING COMERCIAL PARA RESPONSABLES DE DEPARTAMENTOS DE CALL CENTER

PARTE 6. COACHING COMERCIAL PARA RESPONSABLES DE DEPARTAMENTOS DE CALL CENTER

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL VENDEDOR. PSICOLOGÍA APLICADA

- 1.El vendedor
- 2. Tipos de vendedores
- 3. Características del buen vendedor
- 4.Cómo tener éxito en las ventas
- 5. Actividades del vendedor
- 6. Nociones de psicología aplicada a la venta
- 7. Consejos prácticos para mejorar la comunicación
- 8. Actitud y comunicación no verbal

UNIDAD DIDÁCTICA 2. MOTIVACIONES PROFESIONALES

- 1.La motivación
- 2. Técnicas de motivación
- 3. Satisfacción en el trabajo
- 4. Remuneración comercial

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EVALUACIÓN DE SÍ MISMO. TÉCNICAS DE LA PERSONALIDAD

1.Inteligencias múltiples

- 2. Técnicas de afirmación de la personalidad; la autoestima
- 3. Técnicas de afirmación de la personalidad; el autorrespeto
- 4. Técnicas de afirmación de la personalidad; la asertividad

UNIDAD DIDÁCTICA 4. INTELIGENCIA EMOCIONAL APLICADA A LAS TÉCNICAS DE VENTA

- 1.Introducción
- 2. Cociente Intelectual e Inteligencia Emocional
- 3.El lenguaje emocional
- 4. Habilidades de la Inteligencia Emocional
- 5. Aplicación de la Inteligencia Emocional a la vida y éxito laboral
- 6.Establecer objetivos adecuados
- 7. Ventajas del uso de la Inteligencia Emocional en la empresa

UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL CIERRE DE LA VENTA. LA POSTVENTA

- 1.Estrategias para cerrar la venta
- 2. Tipos de clientes; cómo tratarlos
- 3. Técnicas y tipos de cierre
- 4. Cómo ofrecer un excelente servicio postventa