

LA SONRISA TELEFÓNICA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE



LA SONRISA TELEFÓNICA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE

¿Considera que su organización ofrece un trato telefónico excelente a sus clientes?

¿En su empresa existe un protocolo de atención telefónica?

¿Cree que es importante cuidar la atención telefónica en las empresas?

INTRODUCCIÓN

Cada día es mayor la cantidad de información que transmitimos vía telefónica y, por tanto, cada vez es más importante el desarrollo de habilidades específicas que permitan mejorar la calidad de la comunicación mediante esta vía.

Hoy en día para que una empresa pueda sobrevivir en el mercado tan competitivo que existe, es crucial que se diferencie del resto por el trato que ofrece a sus clientes. Por ello, debemos prestar especial atención a cómo atendemos al cliente por teléfono y a cómo capacitar a las personas que normalmente atienden las llamadas; ya que la impresión que generemos tras descolgar será decisiva para la empresa.

PROGRAMA

Nuestro principal objetivo es proporcionar una visión completa y actualizada de los ingredientes de un programa moderno de atención telefónica, a través de los siguientes bloques:

- **Bloque I:** “¿Qué imagen proyectamos a través del teléfono?” Introducción: El teléfono como canal de comunicación. Algunas ventajas y limitaciones del teléfono. Personal a cargo del teléfono. Lo que esperan los clientes de nosotros. Componentes de la Comunicación Telefónica: La Sonrisa. La voz. Los silencios. El lenguaje efectivo. Estilos de comunicación: Conocer los estilos de comunicación nos ayudará a diagnosticar con qué tipo de cliente hablamos y podremos ajustarnos a sus necesidades. Empatía. Sincronía con el cliente.

- **Bloque II:** “La atención telefónica: ¿Cómo debe ser la conversación ideal?” Las llamadas telefónicas y el proceso de atención: introducción. Esquema de una llamada telefónica. Pautas en el momento de descolgar. Las preguntas. La escucha activa. Transmisión de la llamada. Toma de mensajes. Los mensajes de voz. Despedida.
- **Bloque III:** “Tratamiento de Quejas y Reclamaciones” La importancia del servicio al cliente. Qué no se debe hacer: No presentarse. Interrumpir. No prestar ayuda. Justificarnos. Tomar la queja como algo personal. Hacer promesas. Pautas para seguir para la resolución de las quejas: Escuchar atentamente. Mostrarse comprensivo. Reformular la reclamación. Confirmar la información. Actuar. Seguimiento. Otras situaciones difíciles: Curva de hostilidad. Cómo actuar.
- **Bloque IV:** “El Teléfono como herramienta para las ventas I” ¿Por qué usar el teléfono para las ventas? Ventajas y Desventajas. Requisito previo: marcarnos objetivos. Planificación de llamadas de ventas. ¿A quién llamar? ¿Cuántas llamadas debo realizar? Crear el ambiente adecuado: Control de las interrupciones. Organización del área de trabajo. Seguimiento y control.
- **Bloque V:** “El Teléfono como herramienta para las ventas II” Guion de llamadas de ventas: Lista de comprobación. Apertura. Presentación y sondeo. Argumentación, rebatir objeciones. Seguimiento de las llamadas. Atravesar el filtro de secretaria/recepción. Cierre de la venta: ¿Qué significa cerrar la venta? ¿Presionar es necesario? Técnicas para el cierre de la venta.

LA SONRISA TELEFÓNICA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE

¿Opina que tanto usted como su equipo se comunican con asertividad y empatía con los clientes?

¿Cómo se tratan por teléfono las quejas y reclamaciones que puede haber en su empresa?

¿Conoce cuáles son los elementos más importantes a la hora de vender un producto/servicio por teléfono?

- **Bloque VI:** “La puesta en práctica” Crear una imagen sólida, unificar conductas. La importancia de ser coherentes. Protocolo de atención telefónica: Paso 1. Recepción de la llamada. Paso 2. Transmisión y puesta en espera. Paso 3. Tomar un mensaje. Paso 4. Finalizar la conversación. Protocolo para la atención de las quejas telefónicas: Paso previo. Paso 1. Recepción de la queja. Paso 2. Agradecimiento. Paso 3. Conversación. Paso 4. Resolución de la queja. Paso 5. Seguimiento.

OBJETIVOS

Proporcionar una visión completa y actual de las componentes del proceso de Atención Telefónica que facilite a las personas de contacto nuevas herramientas.

Marcar una estrategia de diferenciación a través de la excelencia en la calidad de servicio proyectando una buena imagen de la empresa ante los clientes.

METODOLOGÍA

En cada uno de los bloques, se trabajará mediante una parte teórica en la que se aportan los conceptos necesarios para realizar la parte práctica por el alumno; ésta constará de diversas actividades a desarrollar y una prueba final de evaluación de los contenidos aprendidos; todo le permitirá poner en evidencia tanto la consolidación de los conocimientos adquiridos por cada alumno.

Los contenidos y actividades están preparados para trabajarlos de manera secuencial, es decir, hay que ir avanzando por los diferentes bloques para poder progresar adecuadamente.

Los alumnos dispondrán de soporte y orientación por parte de un tutor online al que pueden dirigirse siempre que tengan dudas, consultas o incidencias.

DIRIGIDO

Nuestro programa va dirigido a Responsables de Atención al Cliente, Responsables del Servicio de Asistencia Técnica, Responsables y Personal de Call Centers y cualquier otra persona que pueda estar en contacto con los clientes en mayor o menor intensidad.

DURACIÓN

Nuestro programa estará disponible durante 60 días a partir de la fecha de inscripción en el curso. Este plazo es suficiente para interiorizar los contenidos, realizar las actividades propuestas y la prueba final del curso. Al término del plazo establecido se dará por cerrado el curso.

La dedicación estimada para que el alumno pueda realizar este curso con la profundidad y aprovechamiento adecuado es de 30 horas.