



Catálogo de Especialidades Formativas

PROGRAMA FORMATIVO

TELEMARKETING

Mayo 2021



IDENTIFICACIÓN DE LA ESPECIALIDAD Y PARÁMETROS DEL CONTEXTO FORMATIVO

Denominación de la especialidad:	TELEMARKETING
Familia Profesional:	COMERCIO Y MARKETING
Área Profesional:	MARKETING Y RELACIONES PÚBLICAS
Código:	COMM19
Nivel de cualificación profesional:	1

Objetivo general

Realizar gestiones de comunicación directa con un cliente o cliente potencial, tales como asesoramiento, negociación, venta, fidelización, gestión de reclamaciones, además de conseguir la capacidad suficiente para dar un plus a la empresa creando un canal de comunicación directa con el cliente.

Relación de módulos de formación

Módulo 1	Gestión telefónica de ventas	20 horas
Módulo 2	Herramientas informáticas asociadas al call center	20 horas

Modalidades de impartición

Presencial

Duración de la formación

Duración total 40 horas

Requisitos de acceso del alumnado

Acreditaciones/ titulaciones	No se requieren acreditaciones/titulaciones. No obstante, se han de poseer las habilidades de comunicación lingüística suficientes que permitan cursar con aprovechamiento la formación.
Experiencia profesional	No se requiere.
Otros	Manejo a nivel usuario de entorno Windows y correo electrónico a nivel usuario.

Prescripciones de formadores y tutores

Acreditación requerida	Cumplir como mínimo alguno de los siguientes requisitos: - Diplomado, Licenciado, Ingeniero, Ingeniero técnico, Arquitecto, Arquitecto técnico o Título de Grado.
Experiencia profesional mínima requerida	Experiencia mínima de 1 año en venta telefónica y/o presencial
Competencia docente	Curso de Aptitud Pedagógica (CAP) Máster en formación del profesorado

Justificación de las prescripciones de formadores y tutores

Título de Diplomado, Licenciado, Ingeniero, Ingeniero técnico, Arquitecto, Arquitecto técnico o el Título de Grado.

Título de CAP o Máster en formación del profesorado.

Requisitos mínimos de espacios, instalaciones y equipamientos

Espacios formativos	Superficie m ² para 15 participantes	Incremento Superficie/ participante (Máximo 30 participantes)
Aula polivalente	30 m ²	2 m ² / participante

Espacio Formativo	Equipamiento
Aula polivalente	<ul style="list-style-type: none">- Mesa y silla para el formador- Mesas y sillas para el alumnado- Material de aula- Pizarra- PC instalado en red con posibilidad de impresión de documentos, cañón con proyección e Internet para el formador.

La superficie de los espacios e instalaciones estarán en función de su tipología y del número de participantes. Tendrán como mínimo los metros cuadrados que se indican para 15 participantes y el equipamiento suficiente para los mismos.

En el caso de que aumente el número de participantes, hasta un máximo de 30, la superficie de las aulas se incrementará proporcionalmente (según se indica en la tabla en lo relativo a m²/ participante) y el equipamiento estará en consonancia con dicho aumento.

No debe interpretarse que los diversos espacios formativos identificados deban diferenciarse necesariamente mediante cerramientos.

Las instalaciones y equipamientos deberán cumplir con la normativa industrial e higiénico-sanitaria correspondiente y responderán a medidas de accesibilidad y seguridad de los participantes.

En el caso de que la formación se dirija a personas con discapacidad se realizarán las adaptaciones y los ajustes razonables para asegurar su participación en condiciones de igualdad.

Ocupaciones y puestos de trabajo relacionados

- 44241016 Teleoperadores

Requisitos oficiales de las entidades o centros de formación

Estar inscrito en el Registro de entidades de formación (Servicios Públicos de Empleo)

DESARROLLO MODULAR

MÓDULO DE FORMACIÓN 1: GESTIÓN TELEFÓNICA DE VENTAS

OBJETIVO

Captar, asesorar y fidelizar al cliente aplicando técnicas y estrategias para lograr la venta del producto o servicio.

DURACIÓN: 20 horas

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conocimientos/ Capacidades cognitivas y prácticas

- Diálogo con el cliente
 - Voz: herramienta fundamental de trabajo. Entonación.
 - Atención: velocidad de procesamiento para adecuarse al interlocutor.
 - Lenguaje: adaptación a los diferentes tipos de cliente, adecuación del vocabulario, la expresión, la fluidez y la comprensión del cliente. Comunicación positiva y comunicación negativa.
 - Escucha activa.
 - Inhibición: separación de la información irrelevante o negativa en una llamada.
- Establecimiento de un plan de trabajo.
 - Memoria: capacidad para almacenar la información y procesarla.
 - Planificación: desarrollo del plan de acción para conseguir el objetivo y anticipación a diferentes situaciones.
 - Razonamiento.
 - Toma de decisiones.
 - Multitask.
- Logro del objetivo de la llamada.
 - Sondeo de mercado.
 - Venta.
 - Fidelización.
 - Flexibilidad.
 - Motivación.

Habilidades de gestión, personales y sociales

- Capacidad de comunicación para captar la atención del cliente y hacerle comprender el mensaje deseado.
- Desarrollo de actitudes positivas de cortesía y educación que harán posible el feedback con el cliente.
- Capacidad de definir un problema y evaluar soluciones, imprescindible en atención de quejas y reclamaciones. Empatía para ponerse en el lugar del cliente y entender su situación.
- Negociación, evaluando la opción que resulte más satisfactoria para el cliente.

OBJETIVO

Manejar el conjunto de instrumentos empleados para administrar la información como el procesador de textos, la base de datos, correo electrónico, hojas de cálculo, buscadores, entre otros.

DURACIÓN: 20 horas

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conocimientos/ Capacidades cognitivas y prácticas

- Recepción y procesamiento de información
 - Lanzador de llamadas Neotel.
 - CRM interno y elaboración de fichas con datos del cliente.
 - Registro de interacciones en el software.
 - Manejo de entorno Windows y correo electrónico,
 - Manejo del chat en vivo y las redes sociales.
- Cálculo y evaluación de la cantidad de tiempo para cada llamada
 - Estimulación temporal.
 - Agilidad y resolución.
- Atención al detalle
 - Necesidades específicas del cliente.
 - Soluciones oportunas adecuadas a las necesidades específicas.

Habilidades de gestión, personales y sociales

- Desarrollo de autocontrol emocional para hacer frente a todo tipo de situaciones evitando el conflicto.
- Actitud positiva encaminada al logro para poder lidiar con la frustración y hacer frente al estrés y a la presión.
- Concienciación de la importancia de la organización del trabajo, imprescindible a la hora de ejecutar los procesos ya que hay que seguir los desarrollos, políticas y estrategias establecidas por la empresa.
- Disposición al desarrollo del trabajo en equipo ya que los objetivos y las metas del equipo son comunes a todos los miembros que trabajarán en conjunto para conseguirlo.

ORIENTACIONES METODOLÓGICAS

- Ejercicios de presentación
- Práctica de juegos de rol
- Simulación de llamadas
- Juegos de negociación
- Dinámica de grupo
- Dinámica de autoconocimiento

EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE EN LA ACCIÓN FORMATIVA

- La evaluación tendrá un carácter teórico-práctico y se realizará de forma sistemática y continua, durante el desarrollo de cada módulo y al final del curso.
- Puede incluir una evaluación inicial de carácter diagnóstico para detectar el nivel de partida del alumnado.
- La evaluación se llevará a cabo mediante los métodos e instrumentos más adecuados para comprobar los distintos resultados de aprendizaje, y que garanticen la fiabilidad y validez de la misma.
- Cada instrumento de evaluación se acompañará de su correspondiente sistema de corrección y puntuación en el que se explicita, de forma clara e inequívoca, los criterios de medida para evaluar los resultados alcanzados por los participantes.
- La puntuación final alcanzada se expresará en términos de Apto/ No Apto.