

I|D|P|E

INSTITUTO DE DESARROLLO
PROFESIONAL Y EMPRESARIAL



VENTA DIGITAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE.



VENTA DIGITAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE.

El presente curso brinda una formación integral que incluye los conocimientos y herramientas necesarias para un eficaz desempeño en todos los departamentos de una empresa o entidad financiera que requieran de apoyo en el área de atención al cliente.

Está dirigido a personas que deseen trabajar en la mencionada área ya sea que cuenten o no con experiencia previa en el rubro, y a empresas u organizaciones que requieran herramientas para un eficiente manejo de sus actividades.

Objetivos Generales:

Ofrecer una formación actualizada que promueva el mayor nivel en el desarrollo de las competencias laborales específicas con el fin de generar un efectivo ingreso en el mercado laboral formal, en el área de Atención al cliente y ventas.

Generar en los/as estudiantes una excelente capacidad de trabajo. Además de promover su interés en capacitarse de forma permanente estando actualizado a los requerimientos del mercado laboral.

Potenciar en los/as participantes las habilidades blandas que le permitan ser más competitivos en el mercado laboral, generando una mayor y mejor empleabilidad.

Objetivos específicos:

- a. Que los/las participantes desarrollen competencias específicas y transversales propias del trabajo en el área de Atención al cliente y ventas.
- b. Que los/las participantes integren herramientas que les faciliten:
 - Una visión clara de lo que requiere su cargo.
 - Una visión global del área, que favorezca la adquisición de competencias técnicas específicas entendiendo el eslabón fundamental que significa su rol en la cadena de trabajo.

- c. Avanzar en una práctica positiva, que favorezca la redefinición de metas personales y profesionales, propiciando un proceso educativo de mayor libertad y crecimiento donde el/la estudiante pueda:
- Apropiarse de su proceso de aprendizaje, tanto en este curso, como en el desarrollo del resto de su proyecto de vida, incluyendo la importancia de la Educación como recurso permanente para su crecimiento personal y profesional.
 - Revalorizar su capacidad de aprendizaje incentivándolo/a a realizar estudios donde desarrolle y profundice aprendizajes acordes a su orientación vocacional.
 - Fortalecer su autoestima, reconociendo entonces sus capacidades. Rescatando sus conocimientos adquiridos hasta este momento, y fortaleciendo sus competencias sociales y laborales.
 - Potenciar sus procesos de aprendizaje individual y de inserción grupal y social.

Duración y Carga horaria:

El curso tiene una duración total de 2 meses, 35 hs (33 hs. de contenido y 2 hs de examen)

Las clases serán de carácter presencial u on line, en el formato de aula-taller.

La frecuencia es de dos veces por semana, dos horas cada clase.

Aprobación del curso:

El curso se aprobará por asistencia y prueba escrita.

La asistencia deberá ser igual o superior al 80% de las clases dictadas.

La prueba escrita deberá aprobarse con un mínimo del 70% (equivalente en la escala a un 6 o Bueno) del puntaje total.

Materiales didácticos:

Se le brindará a cada estudiante el material de apoyo necesario para que logre ampliar lo dictado en clases. Así como ejercicios prácticos que le permitan ir realizando una autoevaluación de sus avances.

Perfil de ingreso:

- Preferentemente Ciclo Básico de enseñanza media completo.
- Habilidades:
 - Nociones básicas de lecto-escritura, comprensión lectora y cálculo (facilidad para las matemáticas, regla de tres)
 - Conocimientos de las principales herramientas informáticas a nivel usuario (procesador de texto, hoja de cálculo, bases de datos, etc.)
 - Ser organizado, metódico y cuidadoso en su trabajo.
 - Tener habilidades comunicativas orales y escritas.
 - Aptitudes para gestionar el tiempo.
 - Capacidad para organizarse y priorizar tareas
 - Capacidad para trabajar en equipo.

Metodología Pedagógica

IDPE propone una formación integral basada tanto en el desarrollo de las competencias laborales como en las habilidades para la vida. Es por ello que todos nuestros cursos poseen componentes transversales y específicos.

Componentes Transversales: Los componentes transversales tienen como principal objetivo desarrollar y/o potenciar en los/as estudiantes sus habilidades blandas (comunicación, proactividad, liderazgo, compromiso...) propiciando una formación diferencial e integradora de las capacidades humanas y las capacidades profesionales.

Componentes Específicos: Los componentes específicos son aquellos relacionados exclusivamente a los conocimientos que indefectiblemente debe asimilar el egresado y las tareas que debe desempeñar.

Eje programático

MÓDULO I- ATENCIÓN AL CLIENTE Y TÉCNICAS DE VENTAS.

Duración: 21 HS

Meta: Desarrollar y potenciar en los/as estudiantes las aptitudes necesarias para dominar técnicas adecuadas para la atención y relacionamiento con el cliente, identificar oportunidades de mejora en la atención al cliente, propiciar métodos de comunicación efectiva con clientes, procurando excelencia al momento de atender necesidades y solucionar quejas y situaciones inesperadas de acuerdo a las políticas de la empresa. Crear planes de ventas y negociación consecuentes con el perfil del cliente, generar un discurso de ventas coherente y eficaz.

Contenido:

1. ATENCIÓN AL CLIENTE

- Concepto de cliente y tipología de los clientes
- La importancia de la satisfacción del cliente para la empresa.
- Principios esenciales de la atención al cliente: preparación, recepción, la actitud, sintonía con el cliente, saber escuchar y preguntar, ofrecer opciones.
- Grandes enfoques sobre los clientes: Mktg transaccional y Mktg relacional.
- Conocer las necesidades lógicas y emocionales. Lo que buscan los clientes de la atención.
- Las 10 reglas para lograr la excelencia en Atención al Cliente. Los 7 pecados capitales del Servicio.
- Concepto y definición de Calidad y Excelencia.
- Concepto y características de los servicios y su importancia para la empresa.
- Servicio al cliente y servicio interno
- Reglas de oro de los servicios
- ¿Porque se pierden los clientes?
- La queja como oportunidad de mejora
- Procedimientos efectivos para la recepción de quejas
- Análisis y evaluación de quejas
- Técnicas de resolución y gestión de las quejas.
- Desarrollo de una eficiente comunicación interna y externa.

2. TÉCNICAS DE VENTAS, NEGOCIACIÓN Y GESTIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN.

- Concepto actual de venta.
- La importancia de la venta profesional.
- Características y funciones esenciales de un vendedor
- La prospección y sus claves.
- Diferencia entre venta de productos y venta de servicios.
- Tipos de venta: directa, de visita, de local. telefónica, por correo o redes sociales.
- Plan y medios de venta.
- Técnicas de venta-Técnica AIDA
- Programación Neuro Lingüística como una herramienta para la venta.
- Psicología de venta.
- Características y motivaciones de los clientes (Motivación de las compras emocionales)
- Las percepciones, el hábito, las actitudes y creencias. Los grupos de referencia
- Principios de negociación y venta.
- Preparación y etapas de la entrevista (Concertar entrevista, presentación y primer contacto, detección de necesidades y expectativas, presentación de propuestas, cierre de venta y post-venta)
- Registro de clientes.
- Estadísticas de ventas.

3. TELEVENTA O TELEMARKETING

- Etapas de influencia en las ventas
- Técnicas para que el cliente no corte en los primeros 10 segundos
- Preparación y proceso de la venta telefónica (etapas claves, la postura y el lenguaje del vendedor, escucha activa, el guion de venta -speech)
- El inicio de la llamada
- Cómo superar los filtros
- Formas de comunicación, palabras claves para la comunicación efectiva.
- Presentación, cómo causar una buena primera impresión y sintonizar con el cliente (generar *rapport*)
- PNL aplicado a la venta telefónica
- Cómo calificar al cliente ¿tiene potencial de venta?
- Los argumentos de venta.
- Las objeciones del cliente (cuáles son las más comunes, cómo superarlas)
- Cierre de venta (el final de la llamada, dejar la puerta abierta)
- Capitalización de la experiencia.

MÓDULO 2: GESTIÓN COMERCIAL DIGITAL.

Duración: 12 HS

Meta: Capacitar para el dominio de estrategias comerciales adaptados al mundo digital que ayuden al estudiante a crear, gestionar y establecer estrategias dentro de las redes sociales y otros medios de internet.

Contenido:

- ¿Qué es un embudo comercial digital?
- ¿En cuáles redes sociales o medios podemos aplicar los embudos comerciales?
- ¿Cuáles son los diferentes tipos de embudos comerciales?
- ¿Qué es el TOFU y cómo aplicarlo?
- ¿Qué es el MOFU y cómo aplicarlo?
- ¿Qué es el BOFU y cómo aplicarlo?
- ¿Qué es y cómo utilizar el Facebook Ads?
- ¿Qué es y cómo utilizar el Google Ads?

BENEFICIOS PARA LOS ESTUDIANTES

Talleres y seminarios de Competencias Transversales (habilidades para la vida y el trabajo)

IDPE proporciona a sus estudiantes la posibilidad de participar de seminarios de capacitación que complementan la formación específica en aula y potencian habilidades asociadas con la personalidad y naturaleza del individuo, son por ejemplo las relaciones interpersonales, lo actitudinal, el manejo de miedos, capacidad de trabajo en equipo, capacidad de liderazgo, resolución de conflictos, comunicación asertiva, entre otros.

El desarrollo y potenciación de dichas habilidades son muy apreciadas en el mundo laboral, pudiendo ser un factor determinante para una exitosa empleabilidad y crecimiento tanto personal como profesional.

Becas

Respondiendo a uno de nuestros principales objetivos de promover una formación integral, permanente y actualizada, destacando a la vez la importancia de la capacitación para el crecimiento profesional y personal es que les presentamos a nuestros estudiantes el siguiente sistema de becas:

1. ¿Quiénes pueden solicitar beca?

Pueden postularse a la beca todos los/as estudiantes cuya situación socioeconómica no le permita financiar la totalidad del curso. En el momento de asistir a la entrevista de Orientación Educativa, uno/a de nuestros/as orientadores/as determinará si el/la postulante es meritorio/a para el beneficio.

2. ¿Cómo mantener la beca?

Los estudiantes becados tendrán los mismos derechos y obligaciones que los demás estudiantes del Instituto. No obstante, se le exigirá un mayor nivel de compromiso para continuar con el beneficio de la beca.

Una vez que la beca ha sido otorgada, para conservarla el estudiante deberá: asistir regularmente a clases, mantener un buen promedio de calificaciones, mostrar real interés por el curso, relacionarse satisfactoriamente con el docente y sus compañeros de clase, ceñirse al reglamento del estudiante y no presentar atrasos en los pagos del curso.

A los estudiantes becados se les realizará un seguimiento con el fin de determinar si cumplen con los requisitos para mantener el beneficio:

1-Seguimiento mensual de asistencias y rendimiento.

b-Seguimiento de pagos.

c- Evaluación de su relacionamiento.

3. ¿Qué tipos de becas hay?

Las becas oscilan entre un 30% y un 100% del costo comercial del curso (los costos pueden encontrarlos en nuestra página web)

4. ¿Cuánto dura la beca?

La beca tendrá una duración de un año desde que es otorgada, por lo cual el estudiante podrá realizar más de un curso dentro de dicho plazo, con el mismo beneficio, sin necesidad de solicitar nuevamente una beca.

La beca permanecerá vigente mientras cumpla con los requerimientos anteriormente mencionados en el punto 2, solicitándole además la aprobación del primer curso que ha realizado.

5. ¿Cuándo comienza a aplicar el beneficio?

La beca se aplica a todos los costos del curso excepto la inscripción (la inscripción ya posee un descuento que corresponde al 50%)

6. ¿Cómo se paga la beca?

Existen tres modalidades de pago.

- Contado- El estudiante abona la totalidad del curso en efectivo.
- Crédito- El estudiante abona la totalidad del curso con tarjeta de crédito
- Plan Arancelario. El estudiante se compromete a abonar a la institución determinado plan de pagos ya establecido, el cual es mensual, se realiza en efectivo y varía de 2 a 10 cuotas.