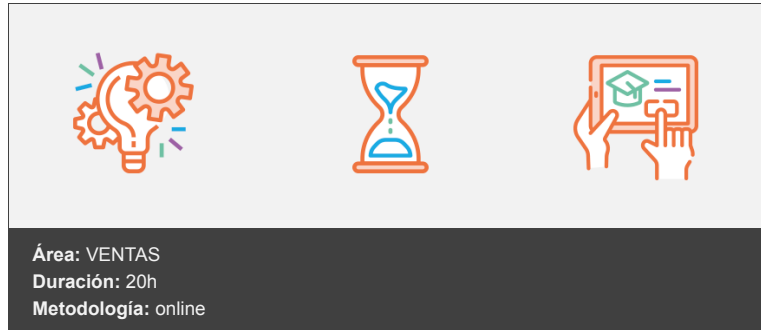


## Vender por teléfono



### Objetivos

Con este contenido de curso profesional el alumno aprenderá a vender por teléfono abarcando aspectos como los elementos específicos de la comunicación telefónica, la estructura y fases de una conversación telefónica, el uso de la voz, las preguntas que se deben realizar y las expresiones a evitar, así como a realizar el diseño de un Guion de Venta y conocer los elementos necesarios para liderar la conversación.

### Contenidos y estructura del curso

#### Unidad 1. Perfil del vendedor

##### Perfil del vendedor telefónico

- 1.1 El perfil integral del vendedor
- 1.2 Cualidades que debe tener un buen vendedor telefónico
- 1.3 Claves para ser un buen vendedor por teléfono

#### Unidad 2. Guion de venta telefónica

##### El guion de venta telefónica

##### Las objeciones

- 2.1 Claves para rebatir las objeciones
  - 2.2 Tipos de objeciones y posibles respuestas
- Razones por las que diseñar un buen guion de ventas

#### Unidad 3. Fases de la venta telefónica

##### Fases de la conversación de venta por teléfono

- 1.1 Primera fase. Introducción
- 1.2 Segunda fase. Sondeo
- 1.3 Tercera fase. Cierre

##### Tipología de clientes

Situaciones y expresiones a evitar cuando hablamos por teléfono con un cliente para vender

#### Unidad 4. Cómo utilizar la voz

##### Introducción

##### Elementos clave en la gestión de la voz

Ejercicios para mejorar la voz para vender por teléfono

#### Unidad 5. Conocer al cliente: sesgos mentales

La economía conductual y su relación con las decisiones de compra de los consumidores

##### Sesgos mentales

- 2.1 Ejemplos de sesgos mentales

#### Unidad 6. Conocer al cliente: motivaciones

##### Concepto de motivación de compra

- 1.1 Motivación de compra por moda
- 1.2 Motivación de compra por interés
- 1.3 Motivación de compra por comodidad

- 1.4 Motivación de compra por afecto
  - 1.5 Motivación de compra por seguridad
  - 1.6 Motivación de compra por orgullo
- Unidad 7. Conocer al cliente: obstáculos

Obstáculos en la toma de decisiones

- 1.1 El deseo del cliente acerca de la adquisición del producto/servicio
- 1.2 La necesidad del cliente acerca de la adquisición del producto/servicio
- 1.3 La urgencia del cliente acerca de la adquisición
- 1.4 La capacidad económica del cliente
- 1.5 La confianza del cliente

Ejemplo

Unidad 8. Conocer al cliente: perfiles

Distinción entre interlocutor filtro e interlocutor decisor

Diferentes perfiles profesionales que podemos encontrarnos en la venta telefónica

- 2.1 Director General (CEO)
- 2.2 Director Financiero
- 2.3 Director de Proyectos

Unidad 9. Claves de la escucha activa

La habilidad de escuchar el relato del cliente

Errores más frecuentes del vendedor que abusa de la escucha superficial

Claves de la escucha activa

Unidad 10. La telefonofobia

Comprendiendo qué es la telefonofobia

Características que convierten a las llamadas telefónicas en elementos que pueden provocar ansiedad

Síntomas físicos y mentales de la telefonofobia

- 3.1 Claves para la gestión de la telefonofobia

## Metodología

En Critería creemos que para que la formación e-Learning sea realmente exitosa, tiene que estar basada en contenidos 100% multimedia (imágenes, sonidos, vídeos, etc.) diseñados con criterio pedagógico y soportados en una plataforma que ofrezca recursos de comunicación como chats, foros y conferencias...Esto se logra gracias al trabajo coordinado de nuestro equipo e-Learning integrado por profesionales en pedagogía, diseño multimedia y docentes con mucha experiencia en las diferentes áreas temáticas de nuestro catálogo.

## Perfil persona formadora

Esta acción formativa será impartida por un/a experto/a en el área homologado/a por Critería, en cumplimiento con los procedimientos de calidad, con experiencia y formación pedagógica.

*En Critería queremos estar bien cerca de ti, ayúdanos a hacerlo posible:  
¡Suscríbete a nuestro blog y síguenos en redes sociales!*

Blog de Critería

