



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

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





Elige aprender en la escuela
líder en formación online

ÍNDICE

1 | Somos
Euroinnova

2 | Rankings

3 | Alianzas y
acreditaciones

4 | By EDUCA
EDTECH
Group

5 | Metodología
LXP

6 | Razones por
las que
elegir
Euroinnova

7 | Financiación
y Becas

8 | Métodos de
pago

9 | Programa
Formativo

10 | Temario

11 | Contacto

SOMOS EUROINNOVA

Euroinnova International Online Education inicia su actividad hace más de 20 años. Con la premisa de revolucionar el sector de la educación online, esta escuela de formación crece con el objetivo de dar la oportunidad a sus estudiandes de experimentar un crecimiento personal y profesional con formación eminetemente práctica.

Nuestra visión es ser **una institución educativa online reconocida en territorio nacional e internacional** por ofrecer una educación competente y acorde con la realidad profesional en busca del reciclaje profesional. Abogamos por el aprendizaje significativo para la vida real como pilar de nuestra metodología, estrategia que pretende que los nuevos conocimientos se incorporen de forma sustantiva en la estructura cognitiva de los estudiantes.

Más de
19
años de
experiencia

Más de
300k
estudiantes
formados

Hasta un
98%
tasa
empleabilidad

Hasta un
100%
de financiación

Hasta un
50%
de los estudiantes
repite

Hasta un
25%
de estudiantes
internacionales

[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION



Desde donde quieras y como quieras,
Elige Euroinnova



QS, sello de excelencia académica
Euroinnova: 5 estrellas en educación online

RANKINGS DE EUROINNOVA

Euroinnova International Online Education ha conseguido el reconocimiento de diferentes rankings a nivel nacional e internacional, gracias por su apuesta de **democratizar la educación** y apostar por la innovación educativa para **lograr la excelencia**.

Para la elaboración de estos rankings, se emplean **indicadores** como la reputación online y offline, la calidad de la institución, la responsabilidad social, la innovación educativa o el perfil de los profesionales.



[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

ALIANZAS Y ACREDITACIONES



Ver en la web



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

BY EDUCA EDTECH

Euroinnova es una marca avalada por **EDUCA EDTECH Group**, que está compuesto por un conjunto de experimentadas y reconocidas **instituciones educativas de formación online**. Todas las entidades que lo forman comparten la misión de **democratizar el acceso a la educación** y apuestan por la transferencia de conocimiento, por el desarrollo tecnológico y por la investigación



ONLINE EDUCATION



Ver en la web



METODOLOGÍA LXP

La metodología **EDUCA LXP** permite una experiencia mejorada de aprendizaje integrando la AI en los procesos de e-learning, a través de modelos predictivos altamente personalizados, derivados del estudio de necesidades detectadas en la interacción del alumnado con sus entornos virtuales.

EDUCA LXP es fruto de la **Transferencia de Resultados de Investigación** de varios proyectos multidisciplinares de I+D+i, con participación de distintas Universidades Internacionales que apuestan por la transferencia de conocimientos, desarrollo tecnológico e investigación.



1. Flexibilidad

Aprendizaje 100% online y flexible, que permite al alumnado estudiar donde, cuando y como quiera.



2. Accesibilidad

Cercanía y comprensión. Democratizando el acceso a la educación trabajando para que todas las personas tengan la oportunidad de seguir formándose.



3. Personalización

Itinerarios formativos individualizados y adaptados a las necesidades de cada estudiante.



4. Acompañamiento / Seguimiento docente

Orientación académica por parte de un equipo docente especialista en su área de conocimiento, que aboga por la calidad educativa adaptando los procesos a las necesidades del mercado laboral.



5. Innovación

Desarrollos tecnológicos en permanente evolución impulsados por la AI mediante Learning Experience Platform.



6. Excelencia educativa

Enfoque didáctico orientado al trabajo por competencias, que favorece un aprendizaje práctico y significativo, garantizando el desarrollo profesional.



Programas
PROPIOS
UNIVERSITARIOS
OFICIALES

RAZONES POR LAS QUE ELEGIR EUROINNOVA

1. Nuestra Experiencia

- ✓ Más de **18 años de experiencia.**
- ✓ Más de **300.000 alumnos** ya se han formado en nuestras aulas virtuales
- ✓ Alumnos de los 5 continentes.
- ✓ **25%** de alumnos internacionales.
- ✓ **97%** de satisfacción
- ✓ **100% lo recomiendan.**
- ✓ Más de la mitad ha vuelto a estudiar en Euroinnova.

2. Nuestro Equipo

En la actualidad, Euroinnova cuenta con un equipo humano formado por más **400 profesionales**. Nuestro personal se encuentra sólidamente enmarcado en una estructura que facilita la mayor calidad en la atención al alumnado.

3. Nuestra Metodología



100% ONLINE

Estudia cuando y desde donde quieras. Accede al campus virtual desde cualquier dispositivo.



APRENDIZAJE

Pretendemos que los nuevos conocimientos se incorporen de forma sustantiva en la estructura cognitiva



EQUIPO DOCENTE

Euroinnova cuenta con un equipo de profesionales que harán de tu estudio una experiencia de alta calidad educativa.



NO ESTARÁS SOLO

Acompañamiento por parte del equipo de tutorización durante toda tu experiencia como estudiante

4. Calidad AENOR

- ✓ Somos Agencia de Colaboración N°99000000169 autorizada por el Ministerio de Empleo y Seguridad Social.
- ✓ Se llevan a cabo auditorías externas anuales que garantizan la máxima calidad AENOR.
- ✓ Nuestros procesos de enseñanza están certificados por **AENOR** por la ISO 9001.



5. Confianza

Contamos con el sello de **Confianza Online** y colaboramos con la Universidades más prestigiosas, Administraciones Públicas y Empresas Software a nivel Nacional e Internacional.



6. Somos distribuidores de formación

Como parte de su infraestructura y como muestra de su constante expansión Euroinnova incluye dentro de su organización una **editorial y una imprenta digital industrial**.

MÉTODOS DE PAGO

Con la Garantía de:



Fracciona el pago de tu curso en cómodos plazos y sin interéres de forma segura.



Nos adaptamos a todos los métodos de pago internacionales:



y muchos mas...



Ver en la web



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

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



DURACIÓN
800 horas



**MODALIDAD
ONLINE**



**ACOMPANIAMIENTO
PERSONALIZADO**



CREDITOS
8 ECTS

Titulación

Doble Titulación: - Titulación de Master Gestión de Call Center: Contact Center Manager con 600 horas expedida por EUROINNOVA INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION, miembro de la AEEN (Asociación Española de Escuelas de Negocios) y reconocido con la excelencia académica en educación online por QS World University Rankings - Titulación de Curso de Dirección de Equipos con 200 horas y 8 ECTS expedida por UTAMED - Universidad Tecnológica Atlántico Mediterráneo.

[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION



EUROINNOVA INTERNACIONAL ONLINE EDUCATION

como centro acreditado para la impartición de acciones formativas
expide el presente título propio

NOMBRE DEL ALUMNO/A

con número de documento XXXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

Nombre del curso

con una duración de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación de Euroinnova International Online Education.
Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX/XXXX-XXXX-XXXXXX.
Con una calificación XXXXXXXXXXXXXXXX.

Y para que conste expido la presente titulación en Granada, a (día) de (mes) del (año).

NOMBRE ALUMNO/A

Firma del Alumno/a

NOMBRE DE AREA MANAGER

La Dirección Académica







Con Estatuto Consultivo, Categoría Superior del Consejo Económico y Social de la UNED (CCEP) (Ponencia 1005)

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.

Objetivos

Los objetivos de este Máster Gestión Call Center son los siguientes: - 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.

A quién va dirigido

Este Master Gestión de Call Center: Contact Center Manager está dirigido a Profesionales o futuros profesionales de Contact Center, Directivos de mandos intermedios de empresas usuarias de Contact Center, Directivos y profesionales de empresas proveedoras de servicios de atención al cliente o cualquier persona que quiera formarse sobre esta materia.

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

Gracias a este Máster Gestión Call Center, ampliarás tu formación en el ámbito de la atención al cliente. Asimismo, podrás desarrollar tu actividad profesional como experto comercial y en telemarketing.

[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

TEMARIO

PARTE 1. ORGANIZACIÓN COMERCIAL

MÓDULO 1. DIRECCIÓN Y ESTRATEGIAS DE VENTAS E INTERMEDIACIÓN 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. Organización y archivo de la documentación
2. Facturación
3. Documentación relacionada con la Tesorería
4. Comunicación interna y externa
5. Organización 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 la 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

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
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

Solicita información sin compromiso

¡Matricularme ya!

Teléfonos de contacto

España		+34 900 831 200	Argentina		54-(11)52391339
Bolivia		+591 50154035	Estados Unidos		1-(2)022220068
Chile		56-(2)25652888	Guatemala		+502 22681261
Colombia		+57 601 50885563	Mexico		+52-(55)11689600
Costa Rica		+506 40014497	Panamá		+507 8355891
Ecuador		+593 24016142	Perú		+51 1 17075761
El Salvador		+503 21130481	República Dominicana		+1 8299463963

!Encuétranos aquí!

Edificio Educa Edtech

Camino de la Torrecilla N.º 30 EDIFICIO EDUCA EDTECH,
C.P. 18.200, Maracena (Granada)

 formacion@euroinnova.com

 www.euroinnova.com

Horario atención al cliente

Lunes a viernes: 9:00 a 20:00h Horario España

¡Síguenos para estar al tanto de todas nuestras novedades!

España     
Latino America  
Reública Dominicana  

Ver en la web



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

 By
EDUCA EDTECH
Group