



Lic. Adriana Garaban

Telemarketing inmobiliario

PROGRAMA

Telemarketing inmobiliario

Inteligencia comercial – Básico

2 SEMANAS / 26 LECCIONES

En Campus online

Introducción

Desde su aparición, el teléfono es un aliado de la actividad inmobiliaria. Con el aporte del marketing, su utilidad y su valor se han multiplicado, transformándose así en un elemento indispensable para la expansión empresarial y la fidelización de clientes.

Esta es una tendencia en continuo crecimiento. Las empresas y los profesionales incorporan la venta telefónica en su práctica de negocios. Sin embargo, este campo posee conceptos fundamentales y técnicas a desarrollar, que posibilitan que el asesor inmobiliario genere más entrevistas, detecte las necesidades del cliente y por ende formule una propuesta a su medida.

Lic. Adriana Garaban

Docente especialista del curso

Objetivos del curso

- Brindar herramientas y conceptos efectivos para optimizar el servicio de telemarketing y así generar mayor rentabilidad en el negocio inmobiliario.
- Comprender e incorporar todos los pasos necesarios en una técnica de venta telefónica.
- Conocer y poner en práctica la técnica de venta telefónica a través de etapas
- Desarrollar habilidades que permitan identificar las necesidades del cliente y realizar propuestas a su medida.
- Comprender la importancia de la fidelización del cliente.

Al finalizar el curso, usted podrá:

- ★ Comprender los aspectos principales de la comunicación telefónica.
- ★ Estructurar y analizar los momentos de contacto con los clientes
- ★ Conocer la importancia de la escucha activa y las mejores habilidades para lograrla.
- ★ Analizar las herramientas y las orientaciones claves en una comunicación telefónica.
- ★ Comprender los aspectos principales de la técnica de venta telefónica.
- ★ Interpretar y entender todos los pasos necesarios en una técnica de venta telefónica, tanto aquellos previos a la llamada como los pasos posteriores de seguimiento de cliente.
- ★ Estructurar un guion guía para la realización de las llamadas y comprender el uso de la herramienta argumental.
- ★ Comprender el uso de la herramienta de auditoría de llamada para mejorar las comunicaciones de venta.

Destinatarios

Responsables de atención al cliente. Encargados. Vendedores. Gestores. Recepcionistas. Tele cobradores. Asesores de venta. Todo personal integrante de centros de venta telefónica y centros de atención de clientes.

¡Personas interesadas en mejorar sus técnicas de venta y la comunicación con los clientes!

Modalidad del curso

Durante el recorrido de este curso usted contará con:

- 26 Video clases interactivas a cargo de la especialista sobre el tema.
- Materiales de lectura con toda la información del curso.
- Herramientas descargables para utilizar en la práctica de ventas diaria.

Soporte durante el aprendizaje

Durante todo el curso usted contará con el acompañamiento de una tutora. Ella se encargará de ayudarlo en caso de inconvenientes técnicos o consultas sobre la navegación del curso y del campus online.

Certificado del curso

Luego de recorrer todo el curso y de cumplir con los requisitos correspondientes podrá acceder al certificado de aprobación del curso:

- Completar el perfil profesional.
- Responder la encuesta de satisfacción del curso.
- Navegar el 100% del curso.

Organización del curso

El curso Telemarketing inmobiliario está organizado en dos módulos:

MÓDULO 1 / Calidad en la gestión telefónica

Punto de partida para la gestión de venta telefónica: el cliente ¿Qué espera quien se comunica con una empresa? Experiencia global de contacto con una empresa. Aspectos fundamentales de la comunicación humana. La comunicación telefónica: niveles de escucha, la importancia de la escucha activa, habilidades de atención e interacción, habilidades telefónicas. Orientaciones claves en la venta telefónica. La importancia de la voz y el lenguaje apropiado.

MÓDULO 2 / Técnicas de venta telefónica

¿Qué significa vender? Los objetivos de venta y cómo planificar la realización de las llamadas. La técnica de venta telefónica basada en etapas. La importancia de la preparación. El guion guía y la herramienta para desarrollar una estrategia argumental. ¿Cómo lograr ganarse la confianza del cliente? Fidelización de cliente. La técnica de indagación. Habilidades para desarrollar una propuesta a la medida del cliente. ¿Cómo identificar y superar objeciones? El cierre de venta y su seguimiento. Herramienta para la autoevaluación en las llamadas telefónicas.