

La manera más sencilla de que crezca
tu organización

**CON LOS LÍDERES EN
FORMACIÓN**



Inglés profesional para actividades comerciales

Modalidad:

e-learning con una duración 56 horas

Objetivos:

- Interpretar la información de un discurso oral, en lengua estándar, tanto en vivo como retransmitido, en distintas situaciones-tipo de relación con un cliente/consumidor.
- Interpretar de forma eficaz información relevante contenida en textos escritos y documentos comerciales básicos utilizando las herramientas de interpretación, manuales e informáticas, y fuentes de información adecuadas.
- Producir mensajes orales en situaciones de relación con un cliente para satisfacer sus necesidades.
- Redactar y cumplimentar documentación comercial básica utilizando las herramientas de interpretación, manuales e informáticas, y fuentes de información adecuadas.
- Interactuar oralmente con fluidez y espontaneidad, en situaciones de relación de comunicación interpersonal con un cliente/consumidor.

Contenidos:

BLOQUE 1. ATENCIÓN AL CLIENTE/CONSUMIDOR EN INGLÉS

Terminología específica en las relaciones comerciales con clientes

Exposiciones.

Reuniones.

Habilidades sociales.

Usos y estructuras habituales en la atención al cliente/consumidor

Saludos.

Presentaciones.

Fórmulas de cortesía habituales.



La manera más sencilla de que crezca
tu organización

**CON LOS LÍDERES EN
FORMACIÓN**



Diferenciación de estilos formal e informal en la comunicación comercial oral y escrita
Comunicación oral.
Comunicación escrita.
Barreras de la comunicación.

Tratamiento de reclamaciones o quejas de los clientes/consumidores
Situaciones habituales en las reclamaciones y quejas de los clientes.

Simulación de situaciones de atención al cliente y resolución de reclamaciones con fluidez y naturalidad
Simulación vía e-mail de una queja o reclamación.
Simulación vía teléfono de una queja o reclamación.
Simulación vía presencial de una queja o reclamación.

BLOQUE 2. APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE VENTA EN INGLÉS

Presentación de productos/servicios
Características de productos/servicios.
Condiciones de pago.
Servicios postventa.

Pautas y convenciones habituales para la detección de necesidades de los clientes/consumidores
Variedades o tipos de necesidades.
Fuentes y técnicas para el estudio del cliente y detección de necesidades.

Fórmulas para la expresión y comparación de condiciones de venta
Instrucciones de uso.



La manera más sencilla de que crezca
tu organización

**CON LOS LÍDERES EN
FORMACIÓN**



Precio.
Descuentos.
Recargos.
Fórmulas de expresión y comparación.

Fórmulas para el tratamiento de objeciones del cliente/consumidor
Qué hacer cuando un cliente plantea una objeción.
Tipos de objeciones.
Cómo superar las objeciones.

Estructuras sintácticas y usos habituales en la venta telefónica
Conocer al cliente y el producto/servicio.
Fórmulas habituales en el argumentario de venta.
Objeciones más comunes.

Simulación de situaciones comerciales habituales con clientes
Presentación de productos/servicios.
Campaña de marketing.
Relación proveedor/cliente.
Negociación y acuerdo.

BLOQUE 3. COMUNICACIÓN COMERCIAL ESCRITA EN INGLÉS

Estructura y terminología habitual en la documentación comercial básica
Pedidos.
Facturas.
Recibos.
Hojas de reclamación.

La manera más sencilla de que crezca
tu organización

**CON LOS LÍDERES EN
FORMACIÓN**



Cumplimentación de documentación comercial básica en inglés

Hojas de pedido.
Facturas.
Ofertas.
Reclamaciones.

Redacción de correspondencia comercial

Ofertas y presentación de productos por correspondencia.
Cartas de reclamación o relacionadas con devoluciones.
Respuesta a las reclamaciones.
Solicitud de prórroga y sus respuestas.
Cartas relacionadas con los impagos en sus distintas fases u otros de naturaleza análoga.

Estructura y fórmulas habituales en la elaboración de documentos de comunicación interna en la empresa en inglés

Acta.
Circular.
Memorando.

Elaboración de informes y presentaciones comerciales en inglés

Informes.
Presentaciones comerciales.

Estructuras sintácticas utilizadas habitualmente en el comercio electrónico para incentivar la venta

Estructuras sintácticas en la comunicación comercial en Internet.
Tipos de comercio electrónico.
Ventajas y desventajas del comercio electrónico.

Abreviaturas y usos habituales en la comunicación escrita con diferentes soportes

La manera más sencilla de que crezca
tu organización

**CON LOS LÍDERES EN
FORMACIÓN**



Internet.
Fax.
Correo electrónico.
Carta.

Ibérica | Soluciones
Formativas

AVDA. DE BRASIL, 6 - 1ª PLANTA
28020 MADRID
Telf. 91 825 80 53 - Fax. 91 825 85 91
www.ibericasf.es | info@ibericasf.es

