



FORMACIÓN

Catálogo de Cursos

MF1002 2: INGLES PROFESIONAL PARA ACTIVIDADES COMERCIALES

Sector: INTERSECTORIAL

CONVOCATORIA ABIERTA. Si está interesado en este curso, por favor, consulte las fechas.

Modalidad: ONLINE

Duración: 90.00 horas

Objetivos:

Conocer las distintas técnicas de atención al cliente con un dominio del inglés profesional es fundamental para ofrecer un servicio eficaz, puesto que saber utilizar un segundo idioma favorece la comunicación con un mayor número de personas y facilita la resolución de las reclamaciones y quejas que habitualmente surgen en el ámbito comercial.

El objetivo de este manual es proporcionar al lector las fórmulas adecuadas para gestionar las relaciones comerciales con los clientes, profundizando en la gramática, el vocabulario y las expresiones específicas que están relacionadas con las técnicas de venta. También se presentarán aquellos documentos comerciales básicos y los recursos para seguir un argumentario de venta telefónica eficaz en inglés, utilizando tanto el registro formal como el informal.

A través de esta obra, el profesional encontrará las pautas de comunicación efectiva en lengua inglesa y su aplicación en función de los contextos propios del ámbito comercial.

Contenidos:

Índice

INTRODUCCIÓN

1. Atención al cliente-consumidor en inglés
 - 1.1. Terminología específica en las relaciones comerciales con clientes
 - 1.2. Usos y estructuras habituales en la atención al cliente-consumidor
 - 1.2.1. Saludos
 - 1.2.2. Presentaciones
 - 1.2.3. Fórmulas de cortesía habituales
 - 1.3. Diferenciación de estilos formal e informal en la comunicación comercial oral y escrita
 - 1.4. Tratamiento de reclamaciones o quejas de los clientes-consumidores
 - 1.4.1. Situaciones habituales en las reclamaciones y quejas de clientes
 - 1.5. Simulación de situaciones de atención al cliente y resolución de reclamaciones con fluidez y naturalidad
- CONCLUSIONES
AUTOEVALUACIÓN

2. Aplicación de técnicas de venta en inglés

- 2.1. Presentación de productos-servicios
 - 2.1.1. Características de productos-servicios
 - 2.1.2. Medidas
 - 2.1.3. Cantidades
 - 2.1.4. Servicios añadidos
 - 2.1.5. Condiciones de pago
 - 2.1.6. Servicios postventa
 - 2.1.7. Otros
- 2.2. Pautas y convenciones habituales para la detección de necesidades de los clientes-consumidores
- 2.3. Fórmulas para la expresión y comparación de condiciones de venta
 - 2.3.1. Instrucciones de uso
 - 2.3.2. Precio
 - 2.3.3. Descuentos
 - 2.3.4. Recargos
 - 2.3.5. Otros
- 2.4. Fórmulas para el tratamiento de objeciones del cliente-consumidor
- 2.5. Estructuras sintácticas y usos habituales en la venta telefónica
 - 2.5.1. Fórmulas habituales en el argumentario de venta
- 2.6. Simulación de situaciones comerciales habituales con clientes: presentación de productos-servicios, entre otros

CONCLUSIONES
AUTOEVALUACIÓN

- 3. Comunicación comercial escrita en inglés
 - 3.1. Estructura y terminología habitual en la documentación comercial básica
 - 3.1.1. Pedidos
 - 3.1.2. Facturas
 - 3.1.3. Recibos
 - 3.1.4. Hojas de reclamación
 - 3.2. Cumplimentación de documentación comercial básica en inglés
 - 3.2.1. Hojas de pedido
 - 3.2.2. Facturas
 - 3.2.3. Ofertas
 - 3.2.4. Reclamaciones
 - 3.2.5. Otros
 - 3.3. Redacción de correspondencia comercial
 - 3.3.1. Ofertas y presentación de productos por correspondencia
 - 3.3.2. Cartas de reclamación o relacionadas con devoluciones, respuesta a las reclamaciones, solicitud de prórroga y sus respuestas
 - 3.3.3. Cartas relacionadas con los impagos en sus distintas fases u otros de naturaleza análoga
 - 3.4. Estructura y fórmulas habituales en la elaboración de documentos en inglés de comunicación interna en la empresa
 - 3.5. Elaboración de informes y presentaciones comerciales en inglés
 - 3.6. Estructuras sintácticas utilizadas habitualmente en el comercio electrónico para incentivar la venta
 - 3.7. Abreviaturas y usos habituales en la comunicación escrita con diferentes soportes:
Internet, fax, correo electrónico, carta u otros análogos

CONCLUSIONES
AUTOEVALUACIÓN