

Ementa do Curso: Operador de Telemarketing

Carga horária total: 40 horas
Formato: Curso livre, básico e introdutório

Organização curricular: 4 módulos de 10 horas cada

Ementa

O curso Operador de Telemarketing tem como finalidade apresentar os fundamentos, práticas e competências essenciais para a atuação em operações de telemarketing ativo e receptivo, atendimento ao cliente, vendas por telefone, gerenciamento de reclamações e uso de ferramentas tecnológicas aplicadas ao setor. O percurso formativo contempla a história e evolução do telemarketing, técnicas de comunicação verbal, ética profissional, legislação aplicada, privacidade e proteção de dados, técnicas de persuasão, fechamento de vendas, resolução de conflitos, uso de CRM e automação de chamadas, comportamento do consumidor, gestão do estresse, motivação profissional, planejamento de carreira, liderança, gestão de equipes e tendências tecnológicas do telemarketing.

Objetivo geral

Capacitar o estudante para compreender e aplicar conhecimentos básicos e introdutórios relacionados à atuação do operador de telemarketing, desenvolvendo habilidades de comunicação, atendimento, persuasão, ética, relacionamento com clientes, uso de ferramentas de suporte e adaptação às demandas profissionais do setor.

Objetivos específicos

- Compreender a história, a evolução e os principais tipos de telemarketing, reconhecendo suas aplicações em vendas, suporte, atendimento e relacionamento com clientes.
- Desenvolver habilidades de comunicação verbal, com foco em clareza, objetividade, linguagem positiva, adequação ao público, controle de entonação, ritmo da fala, escuta ativa e feedback.
- Identificar princípios éticos e responsabilidades legais relacionados ao telemarketing, considerando direitos do consumidor, privacidade, proteção de dados e conduta profissional.

- Aplicar técnicas básicas de persuasão, argumentação, tratamento de objeções e fechamento de vendas por telefone.
- Reconhecer procedimentos adequados para o gerenciamento de reclamações, resolução de conflitos, registro de ocorrências, follow-up e melhoria contínua do atendimento.
- Compreender o uso de ferramentas e softwares de telemarketing, especialmente sistemas de CRM, automação de chamadas, discadores automáticos, monitoramento e análise de desempenho.
- Analisar fatores que influenciam o comportamento do consumidor e adaptar a abordagem de atendimento aos diferentes perfis de clientes.
- Identificar fatores de estresse no telemarketing e aplicar técnicas de controle emocional, relaxamento, automotivação e produtividade.
- Compreender aspectos do desenvolvimento profissional no telemarketing, incluindo planejamento de carreira, habilidades interpessoais, liderança, gestão de desempenho e adaptação às tendências tecnológicas do setor.

Conteúdo programático por módulos

Módulo 1 — Fundamentos do Telemarketing

Carga horária: 10 horas

Estudo introdutório do telemarketing, abordando sua história, evolução e relação com o desenvolvimento das telecomunicações. Análise das origens do marketing direto, do surgimento do uso comercial do telefone, da expansão das centrais de atendimento, da automação, do CRM, das campanhas multicanais e das transformações do telemarketing no século XXI. Diferenciação entre telemarketing ativo e receptivo, considerando suas finalidades, formas de abordagem e papel no relacionamento com o cliente.

Desenvolvimento da comunicação eficaz no atendimento telefônico, com ênfase em técnicas de comunicação verbal, clareza, objetividade, linguagem positiva, adequação da linguagem ao perfil do cliente, simplicidade, direcionamento, controle da entonação, ritmo da fala, escuta ativa e feedback.

Estudo da ética e responsabilidade no telemarketing, incluindo legislação aplicada, Código de Defesa do Consumidor, Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, cadastro de bloqueio de telemarketing, normas relacionadas à Anatel, privacidade, proteção de dados, respeito ao cliente, honestidade, transparência e conduta profissional do teleoperador.

Módulo 2 — Técnicas Avançadas de Atendimento

Carga horária: 10 horas

Estudo das técnicas de persuasão e vendas aplicadas ao telemarketing, com foco na argumentação persuasiva, conhecimento do produto ou serviço, entendimento das necessidades do cliente, construção de credibilidade, apelo emocional, uso de linguagem positiva, resolução de objeções, chamada à ação e fechamento de vendas por telefone.

Abordagem do gerenciamento de reclamações no atendimento ao cliente, contemplando escuta ativa, empatia, calma, profissionalismo, identificação clara do problema, oferta de soluções proativas, comprometimento com a resolução, feedback, follow-up, documentação e análise de reclamações. Estudo da resolução de conflitos, incluindo identificação das causas, objetividade, mediação, negociação, comunicação clara, soluções criativas, implementação de acordos e aprendizado contínuo.

Apresentação das ferramentas e softwares de telemarketing, com ênfase em sistemas de Gestão de Relacionamento com o Cliente, centralização de informações, gestão de leads e oportunidades, análise de dados, relatórios, integração com outras ferramentas, melhoria da satisfação do cliente, automação de chamadas, discadores automáticos, IVR, monitoramento em tempo real, redução de erros e conformidade operacional.

Módulo 3 — Psicologia e Comportamento no Atendimento

Carga horária: 10 horas

Estudo do comportamento do consumidor e dos fatores que influenciam as decisões de compra, incluindo fatores culturais, sociais, pessoais, psicológicos e situacionais. Análise de aspectos como subcultura, classe social, grupos de referência, papéis e status, idade, ciclo de vida, ocupação, situação econômica, estilo de vida, motivação, percepção, aprendizagem, crenças, atitudes e estado emocional do consumidor.

Identificação dos fatores de estresse no telemarketing, considerando pressão por metas e resultados, interações difíceis com clientes, repetitividade, monotonia do trabalho, ambiente de call center, sobrecarga, desorganização, falta de suporte, ausência de reconhecimento, excesso de controle e monitoramento. Estudo de técnicas de relaxamento e controle emocional, incluindo respiração profunda, pausas regulares e estratégias voltadas ao equilíbrio mental e emocional.

Desenvolvimento de técnicas de motivação para teleoperadores, contemplando automotivação, produtividade, definição de metas pessoais, gerenciamento do tempo, manutenção de atitude positiva, cuidado com a saúde mental e física, motivação em equipe, metas coletivas, reuniões regulares, recompensas, reconhecimento e fortalecimento do engajamento profissional.

Módulo 4 — Desenvolvimento Profissional no Telemarketing

Carga horária: 10 horas

Estudo do planejamento de carreira no telemarketing, abordando definição de metas profissionais, identificação de oportunidades de crescimento, avaliação do ambiente interno, exploração de novas áreas e setores, networking, construção de relacionamentos, desenvolvimento de habilidades profissionais, educação continuada, habilidades interpessoais, liderança e adaptação às novas tecnologias.

Introdução à liderança e gestão de equipes no contexto do telemarketing, com foco em comunicação clara e eficaz, tomada de decisões rápidas, resolução de conflitos, visão estratégica, gestão de desempenho, uso de indicadores, monitoramento de resultados, feedback construtivo, motivação da equipe e acompanhamento da qualidade das interações com clientes.

Estudo das inovações e tendências no telemarketing, contemplando inteligência artificial, chatbots, automação de tarefas, atendimento em tempo integral, análise de sentimento, CRM avançado, segmentação de clientes, análise preditiva, integração multicanal, automação de processos, reconhecimento de fala, análise de voz, monitoramento de qualidade, detecção de emoções, desafios futuros, privacidade, proteção de dados e adaptação às mudanças do mercado.