

Curso: Atención Básica al Cliente

Familia Profesional: Comercio y marketing.

Modalidad: On-line (Teleformación).

Duración: 25h.

Contenidos:

1. Técnicas de comunicación con clientes.

- 1.1. Procesos de información y de comunicación.
- 1.2. Barreras en la comunicación con el cliente.
- 1.3. Puntos fuertes y débiles en un proceso de comunicación.
- 1.4. Elementos de un proceso de comunicación efectiva
 - 1.4.1. Estrategias y pautas para una comunicación efectiva
- 1.5. La escucha activa
 - 1.5.1. Concepto, utilidades y ventajas de la escucha efectiva
 - 1.5.2. Signos y señales de escucha
 - 1.5.3. Componentes actitudinales de la escucha efectiva
 - 1.5.4. Habilidades técnicas y personas de la escucha efectiva
 - 1.5.5. Errores en la escucha efectiva
- 1.6. Consecuencias de la comunicación no efectiva.

2. Técnicas de atención básica a clientes.

- 2.1. Tipología de clientes.
- 2.2. Comunicación verbal y no verbal.
 - 2.2.1. Concepto.
 - 2.2.2. Componentes.
 - 2.2.3. Signos de comunicación corporal no verbal.
 - 2.2.4. La imagen personal.
- 2.3. Pautas de comportamiento:
 - 2.3.1. Disposición previa
 - 2.3.2. Respeto y amabilidad
 - 2.3.3. Implicación en la respuesta
 - 2.3.4. Servicio al cliente
 - 2.3.5. Vocabulario adecuado
- 2.4. Estilos de respuesta en la interacción verbal: asertivo, agresivo y no asertivo.
- 2.5. Técnicas de asertividad:
 - 2.5.1. Disco rayado
 - 2.5.2. Banco de niebla
 - 2.5.3. Libre información
 - 2.5.4. Aserción negativa
 - 2.5.5. Interrogación negativa
 - 2.5.6. Autorrevelación
 - 2.5.7. Compromiso viable
 - 2.5.8. Otras técnicas de asertividad
- 2.6. La atención telefónica.
 - 2.6.1. El lenguaje y la actitud en la atención telefónica.
 - 2.6.2. Recursos en la atención telefónica: voz, tiempo, pausas, silencios.
- 2.7. Tratamiento de cada una de las situaciones de atención básica:
 - 2.7.1. Solicitud de información de localización
 - 2.7.2. Solicitud de información de localización de producto
 - 2.7.3. Solicitud de información de precio

- 2.7.4. Quejas básicas y reclamaciones
- 2.8. El proceso de atención de las reclamaciones en el establecimiento comercial o en el reparto domiciliario.
- 2.9. Pautas de comportamiento en el proceso de atención a las reclamaciones:
 - 2.9.1. No ignorar ninguna reclamación
 - 2.9.2. Mantener la calma y practicar escucha activa
 - 2.9.3. Transmitir respeto y amabilidad
 - 2.9.4. Pedir disculpas
 - 2.9.5. Ofrecer una solución o tramitación lo más rápida posible
 - 2.9.6. Despedida y agradecimiento
- 2.10. Documentación de las reclamaciones e información que debe contener

3. La calidad del servicio de atención al cliente.

- 3.1. Concepto y origen de la calidad.
- 3.2. La gestión de la calidad en las empresas comerciales.
- 3.3. El control y el aseguramiento de la calidad.
- 3.4. La retroalimentación del sistema.
 - 3.4.1. Calidad y seguimiento de la atención al cliente
 - 3.4.2. Documentación de seguimiento: el registro de quejas, sugerencias y reclamaciones
- 3.5. La satisfacción del cliente.
 - 3.5.1. Técnicas de control y medición.
 - 3.5.2. Principales motivos de no satisfacción y sus consecuencias.
- 3.6. La motivación personal y la excelencia empresarial
- 3.7. La reorganización según criterios de calidad
- 3.8. Las normas ISO 9000
 - 3.8.1. Funcionamiento de la certificación

- 6.3.4. Programas de gráficos.
- 6.3.5. Correo electrónico.
- 6.3.6. Antivirus
- 6.4. Adquisición legal de los programas.
- 6.5. Programas específicos para la gestión administrativa contable del alojamiento rural