Atención básica al cliente

Área: COMERCIO Y MARKETING
Modalidad: Teleformación
Duración: 50 h
Precio: 25.00€

Curso Bonificable
Contactar
Recomendar
Matricularme

CÓDIGO

MF1329_1

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

METODOLOGIA

- **Total libertad de horarios** para realizar el curso desde cualquier ordenador con conexión a Internet, **sin importar el sitio desde el que lo haga**. Puede comenzar la sesión en el momento del día que le sea más conveniente y dedicar el tiempo de estudio que estime más oportuno.
- En todo momento contará con un el **asesoramiento de un tutor personalizado** que le guiará en su proceso de aprendizaje, ayudándole a conseguir los objetivos establecidos.
- **Hacer para aprender**, el alumno no debe ser pasivo respecto al material suministrado sino que debe participar, elaborando soluciones para los ejercicios propuestos e interactuando, de forma controlada, con el resto de usuarios.
- **El aprendizaje se realiza de una manera amena y distendida**. Para ello el tutor se comunica con su alumno y lo motiva a participar activamente en su proceso formativo. Le facilita resúmenes teóricos de los contenidos y, va controlando su progreso a través de diversos ejercicios como por ejemplo: test de autoevaluación, casos prácticos, búsqueda de información en Internet o participación en debates junto al resto de compañeros.
- **Los contenidos del curso se actualizan para que siempre respondan a las necesidades reales del mercado.** El departamento multimedia incorpora gráficos, imágenes, videos, sonidos y elementos interactivos que complementan el aprendizaje del alumno ayudándole a finalizar el curso con éxito.

REQUISITOS

Los requisitos técnicos mínimos son:

- Navegador Microsoft Internet Explorer 5.5 o superior, con plugin de Flash, cookies y JavaScript habilitados.
  No se garantiza su óptimo funcionamiento en otros navegadores como Firefox, Netscape, Mozilla, etc.
- Resolución de pantalla de 800x600 y 16 bits de color o superior.
- Procesador Pentium II a 300 Mhz o superior.
- 32 Mbytes de RAM o superior.