Gestión de la atención al cliente / consumidor

Área: COMERCIO Y MARKETING
Modalidad: Teleformación
Duración: 60 h
Precio: 30.00€

Curso Bonificable
Contactar
Recomendar
Matricularme

CONTENIDOS

1. Procesos de atención al cliente/consumidor/usuario

####

1.1 Concepto y características de la función de atención al cliente:

####

1.1.1 Empresas fabricantes.

####

1.1.2 Empresas distribuidoras.

####

1.1.3 Empresas de relaciones con clientes y servicios de atención al cliente.

####

1.1.4 El defensor del cliente: pautas y tendencias.

####

1.2 Dependencia funcional del departamento de atención al cliente:

####

1.2.1 Organización funcional de las empresas: Organigrama

####

1.2.2 Interrelaciones del departamento de atención al cliente: comercial, financiero y de ventas.

####

1.3 Factores fundamentales desarrollados en la atención al cliente:

####

1.3.1 Naturaleza.

####

1.3.2 Efectos.

####

1.3.3 Normativa: productos y ámbitos regulados.

####

1.4 El marketing en la empresa y su relación con el departamento de atención al cliente:

####

1.4.1 Marketing relacional.

####

1.4.2 Relaciones con clientes.

####

1.4.3 Canales de comunicación con el cliente: tanto presenciales como no presenciales.

####

1.4.4 Obtención y recogida de información del cliente.

####

1.5 Variables que influyen en la atención al cliente:

####

1.5.1 Posicionamiento e imagen.

####

1.5.2 Relaciones públicas.

####

1.6 La información suministrada por el cliente.

####

1.6.1 Análisis comparativo.

####

1.6.2 Naturaleza de la información.

####

1.6.3 Cuestionarios.

####

1.6.4 Satisfacción del cliente.

####

1.6.5 Averías.

####

1.6.6 Reclamaciones.

####

1.7 Documentación implicada en la atención al cliente.

####

1.8 Servicio Postventa.

####

2. Calidad en la prestación del servicio de atención al cliente/consumidor/usuario

####

2.1 Procesos de calidad en la empresa.

####

2.2 Concepto y características de la calidad de servicio.

####

2.2.1 Importancia.

####

2.2.2 Objeto.

####

2.2.3 Calidad y satisfacción del cliente.

####

2.3 Ratios de control y medición de la calidad y satisfacción del cliente.

####

2.3.1 Elementos de control.

####

2.3.2 Métodos de evaluación de la calidad del servicio de atención al cliente.

####

2.3.3 Medidas correctoras.

####

3. Aspectos legales en relación con la atención al cliente/consumidor/usuario

####

3.1 Ordenación del Comercio Minorista:

####

3.1.1 Contenido

####

3.1.2 Implicaciones en la atención a clientes.

####

3.2 Servicios de la Sociedad de la Información y el Comercio Electrónico

####

3.2.1 Contenido.

####

3.2.2 Implicaciones.

####

3.3 Protección de Datos:

####

3.3.1 Contenido

####

3.3.2 Implicaciones en las relaciones con clientes.

####

3.4 Protección al consumidor:

####

3.4.1 Ley General de Defensa de los consumidores y usuarios.

####

3.4.2 Regulación autonómica y local de protección al consumidor.

####

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.