

MF1329_1 ATENCIÓN BÁSICA AL CLIENTE

SKU: EVOL-3198-iNO-B | **Categorías:** [Atención al Cliente](#), [COMERCIO Y MARKETING](#)

INFORMACIÓN DEL CURSO

Horas [50](#)

Acreditado por Universidad [NO](#)

Créditos ECTS [0](#)

Más información [CONTENIDO ADAPTADO A CERTIFICADO DE PROFESIONALIDAD](#)

CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

Objetivos

En el ámbito del comercio y marketing, es necesario conocer los diferentes campos de las actividades auxiliares de comercio, dentro del área profesional compraventa. Así, con el presente curso se pretende aportar los conocimientos necesarios para la atención básica al cliente.

Contenidos

1. MÓDULO 1. ATENCIÓN BÁSICA AL CLIENTE

UNIDAD DIDÁCTICA 1. TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN CON CLIENTES.

1. Procesos de información y de comunicación.
2. Barreras en la comunicación con el cliente.
3. Puntos fuertes y débiles en un proceso de comunicación.
4. Elementos de un proceso de comunicacion efectiva
5. - Estrategias y pautas para una comunicacion efectiva
6. La escucha activa
7. - concepto, utilidades y ventajas de la escucha efectiva
8. - signos y senales de escucha
9. - componentes actitudinales de la escucha efectiva
10. - habilidades tecnicas y personas de la escucha efectiva
11. - errores en la escucha efectiva
12. Consecuencias de la comunicación no efectiva.



UNIDAD DIDÁCTICA 2. TÉCNICAS DE ATENCIÓN BÁSICA A CLIENTES.

1. Tipología de clientes.
2. Comunicación verbal y no verbal.
3. - Concepto.
4. - Componentes.
5. - Signos de comunicación corporal no verbal.
6. - la imagen personal.
7. Pautas de comportamiento:
8. - Disposición previa
9. - respeto y amabilidad
10. - implicación en la respuesta
11. - servicio al cliente
12. - vocabulario adecuado
13. Estilos de respuesta en la interacción verbal: asertivo, agresivo y no asertivo.
14. Técnicas de asertividad:
15. - disco rayado,
16. - banco de niebla,
17. - libre información,
18. - aserción negativa,
19. - interrogación negativa,
20. - autorrevelación,
21. - compromiso viable
22. - otras técnicas de asertividad
23. La atención telefónica.
24. - El lenguaje y la actitud en la atención telefónica.
25. - Recursos en la atención telefónica: voz, tiempo, pausas, silencios.
26. Tratamiento de cada una de las situaciones de atención básica:
27. - solicitud de información de localización
28. - solicitud de información de localización de producto
29. - solicitud de información de precio
30. - quejas básicas y reclamaciones
31. El proceso de atención de las reclamaciones en el establecimiento comercial o en el reparto domiciliario.
32. Pautas de comportamiento en el proceso de atención a las reclamaciones:
33. - No ignorar ninguna reclamación
34. - Mantener la calma y practicar escucha activa
35. - Transmitir respeto y amabilidad
36. - Pedir disculpas
37. - Ofrecer una solución o tramitación lo más rápida posible
38. - Despedida y agradecimiento
39. Documentación de las reclamaciones e información que debe contener.



UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA CALIDAD DEL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE.

1. Concepto y origen de la calidad.
2. La gestión de la calidad en las empresas comerciales.
3. El control y el aseguramiento de la calidad.
4. La retroalimentación del sistema.
5. - calidad y seguimiento de la atención al cliente
6. - documentación de seguimiento: el registro de quejas, sugerencias y reclamaciones
7. La satisfacción del cliente.
8. - Técnicas de control y medición.
9. - Principales motivos de no satisfacción y sus consecuencias.
10. La motivación personal y la excelencia empresarial
11. La reorganización según criterios de calidad
12. Las normas ISO 9000
13. - Funcionamiento de la certificación

