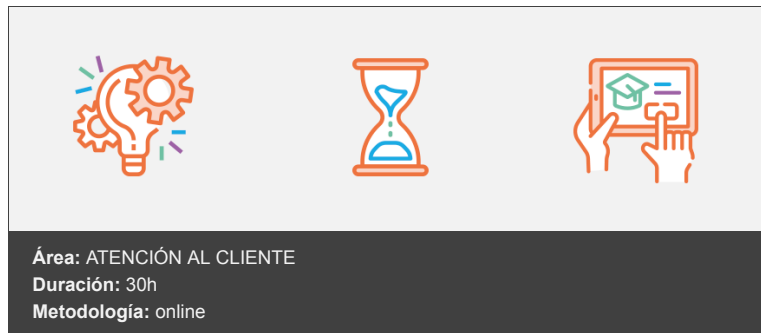


Atención Presencial, Telefónica y por Internet al Cliente



Objetivos

- A la finalización de este curso el alumno estará preparado para acometer una correcta atención al cliente, comprender las necesidades que éste tiene y cubrirlas de la mejor manera posible.
- Conocerá la importancia que una comunicación satisfactoria tiene en el desarrollo de un trabajo, dando en todo caso una importancia máxima a la calidad en el ámbito laboral.

Contenidos y estructura del curso

1 - La organización y el cliente

- La organización y el cliente
- La organización
- Modificaciones en la organización
- Estrategias para el cambio
- Estrategias culturales
- Estrategias organizacionales
- Estrategias operativas
- El cliente
- Legislación
- Derechos del cliente
- El cliente
- La organización y el cliente
- Conceptos básicos sobre la atención al cliente
- Factores principales en la atención al cliente
- Atención al cliente, buscando la satisfacción
- La inteligencia emocional y la atención al cliente
- La gestión acertada de las emociones
- La inteligencia emocional y el cliente
- Resumen

2 - La comunicación verbal

- La comunicación verbal
- Concepto de Comunicación
- Elementos de la Comunicación Verbal
- La comunicación y el cliente
- Niveles de comunicación
- Barreras en la Comunicación
- Saber hablar, saber escuchar
- ¿Por qué es importante escuchar activamente?
- ¿Cómo se practica la escucha activa?

- Los enemigos de la comunicación desde el punto de vista de la Escucha Activa
- En situaciones difíciles...
- Puntos clave para una comunicación efectiva en una organización
- Hablar por teléfono. Consejos
- El saludo
- Resumen

3 - La comunicación no verbal I

- La comunicación no verbal I
- Concepto de Comunicación no verbal
- Importancia de la Comunicación No Verbal
- Ámbitos de la Comunicación No verbal: kinesia, paralingüística y proxémica
- Kinesia
- Postura corporal
- Los gestos
- Expresión facial
- La mirada
- La sonrisa
- Paralingüística
- El volumen de la voz
- La entonación
- La fluidez
- La claridad
- La velocidad
- El tiempo de habla
- Proxémica a) La zona íntima b) La zona personal c) La zona social d) La zona pública
- Resumen.

4 - La comunicación no verbal y la escritura en la atención al cliente

- La comunicación no verbal y la escritura en la atención al cliente
- La comunicación no verbal
- Un buen Lenguaje Corporal
- El tacto y el cliente
- Factores esenciales en el contacto
- Los beneficios del tacto
- La comunicación escrita
- Algunas normas para escribir cartas
- Algunas normas para escribir e-mails
- Los dispositivos móviles
- Resumen

5 - Tipos de clientes

- Tipos de clientes
- La psicología y el cliente
- Aspectos generales
- El cliente y sus necesidades
- Teoría de las necesidades de Maslow
- La teoría Herzberg
- Sensaciones y percepciones
- El cliente: Aprendizaje, memoria y actitudes
- La decisión del cliente
- Características del cliente actual
- Tipos de clientes
- Los mercados y su segmentación
- Tipos de clientes teniendo en cuenta su personalidad
- Consumidores extrovertidos
- Consumidores introvertidos
- Tipos de clientes, diversas posibilidades
- Indeciso
- Silencioso
- Egocéntrico
- Reflexivo
- Conversador
- Discutidor

- Tímido
- Escéptico
- Tipos de clientes con relación al producto o a la empresa
- Clientes actuales
- Clientes potenciales
- Resumen

6 - Tipos de clientes II, fases en la atención al cliente

- Tipos de clientes II. Fases en la atención al cliente con relación a la venta
- Clientes con discapacidad móvil, ceguera o sordera
- Recomendaciones generales para la atención a clientes con diversas discapacidades
- Personas en silla de ruedas o con trastornos motores
- Personas ciegas o con trastornos visuales
- Personas sordas o con trastornos auditivos
- Consejos generales en relación con los términos
- Fases en la atención al cliente en relación con la venta
- Factores de interés en la atención al cliente y a la venta
- La diferencia, el valor añadido
- Fases en la venta
- Fase de preparación de la venta. Antes de contactar con el cliente
- Fase de venta. Durante el contacto con el cliente para la venta
- La Posventa
- ¿Cómo afrontar las dudas de los clientes?
- Las dudas y su influencia
- Cómo actuar frente a las dudas u objeciones
- El precio, la objeción principal
- Resumen

7 - La fidelización

- La fidelización
- Características generales
- El cliente y la fidelidad
- Preguntas imprescindibles sobre la fidelidad y el cliente
- ¿Por qué es importante la fidelidad de los clientes?
- ¿Hay empresas que ofrecen productos o servicios similares a los nuestros? ¿Cuántos y cómo son?
- Con clientes que solo compran una vez ¿sobreviviría la empresa o el negocio?
- ¿Cuidamos lo que tenemos?
- De todo lo anterior hay una cuestión muy sencilla ¿Por qué nos abandonan?
- La fidelización de clientes y su viabilidad financiera
- Nuevos clientes
- Lealtad = menos costes
- Clientes fieles y satisfechos pagan por ello
- Los mejores promotores
- Los clientes leales tienden a aceptar más fácilmente los precios altos
- Estrategias y fidelización
- Variables
- Nivel de satisfacción y acciones estratégicas
- Clientes insatisfechos o poco satisfechos. Acciones
- Clientes indiferentes, acciones
- Clientes satisfechos. Acciones
- Clientes muy satisfechos. Acciones
- La fidelización. Posibles programas
- Servicio al cliente. El más demandado
- La información es poder
- La comunicación y su eficacia
- Cómo llevar a cabo un buen programa de fidelización. Pasos
- La información
- ¿A qué público dirigimos el programa?
- ¿Qué gana cada cliente con el programa?
- Estrategia de comunicación, el diseño
- La implantación
- Evaluación
- Un buen programa de fidelización aplicado al pequeño comercio
- Regalos
- Tarjetas

- Descuentos estables
- Tarjetas de aparcamiento
- Felicitaciones
- Promociones especiales
- Cupones
- Aspectos esenciales de un buen programa de fidelización
- Fidelización y nuevas tecnologías
- Los resultados
- De un programa off-line a un programa on-line
- El compromiso
- Los costes
- Resumen.

8 - Calidad en la atención al cliente, quejas y problemas

- La calidad en la atención al cliente, conflictos y quejas
- La calidad en la atención al cliente
- Calidad. Antecedentes
- Técnicas de medición cuantitativas y cualitativas
- La calidad en el servicio de atención al cliente
- Mejora continua y calidad en la atención al cliente
- Gestión de la calidad. Opciones
- Calidad total
- CRM (Customer Relationship Management) o ARC (Administración de las relaciones con los clientes) y Marketing Relacional
- Círculos de calidad
- Benchmarking
- Sistemas de gestión de la calidad, ISO 9000
- Mejora continua
- El conflicto y su solución
- Conflicto
- Causas
- Opciones ante un conflicto
- Baja cooperación y alta competitividad. Guerra
- Alta cooperación y baja competitividad. Armonía
- Baja cooperación y baja competitividad. Aislamiento
- Alta cooperación y alta competitividad. Pacto
- Los problemas y su solución
- Descripción del problema, valorando su intensidad
- Concretar las características del problema
- Exponer cuáles son los objetivos para considerar que la situación problemática ya no existe
- Volver a definir el problema
- Soluciones
- La planificación
- Evaluación del problema y sus soluciones
- Problemas y respuestas creativas
- Reacción o respuesta
- Situación real
- Mejora continua
- Pensando en la oportunidad
- Las quejas
- ¿Qué se puede hacer ante las quejas?
- Las quejas y el teléfono
- Resumen

Metodología

En Critería creemos que para que la formación e-Learning sea realmente exitosa, tiene que estar basada en contenidos 100% multimedia (imágenes, sonidos, vídeos, etc.) diseñados con criterio pedagógico y soportados en una plataforma que ofrezca recursos de comunicación como chats, foros y conferencias...Esto se logra gracias al trabajo coordinado de nuestro equipo e-Learning integrado por profesionales en pedagogía, diseño multimedia y docentes con mucha experiencia en las diferentes áreas temáticas de nuestro catálogo.

Perfil persona formadora

Esta acción formativa será impartida por un/a experto/a en el área homologado/a por Critería, en cumplimiento con los procedimientos de calidad, con experiencia y formación pedagógica.

*En Critería queremos estar bien cerca de ti, ayúdanos a hacerlo posible:
¡Suscríbete a nuestro blog y síguenos en redes sociales!*

Blog de Critería

