

Atención básica al cliente

Modalidad: curso e-Learning Duración: 50 horas

Categorías: Comercio y marketing

OBJETIVOS

- Una vez finalizado el Módulo el alumno será capaz de proporcionar atención e información operativa estructurada y protocolarizada al cliente. En concreto el alumno será capaz de:
- Proporcionar atención e información operativa estructurada y protocolarizada al cliente
- Aplicar técnicas de comunicación básica en distintas situaciones de atención y trato en función de distintos elementos barreras dificultades y alteraciones
- Adoptar actitudes y comportamientos que proporcionen una atención efectiva y de calidad de servicio al cliente en situaciones sencillas de atención básica en el punto de venta
- Aplicar técnicas de atención básica en distintas situaciones de demanda de información y solicitud de clientes
- Adoptar pautas de comportamiento asertivo adaptándolas a situaciones de reclamaciones y/o solicitudes de clientes en el punto de venta o reparto a domicilio.

CONTENIDOS

UD1. 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.
- 1.5. La Escucha Activa.
- 1.6. Consecuencias de la comunicación no efectiva.

UD2. Técnicas de atención básica a clientes.

- 2.1. Tipología de clientes.
- 2.2. Comunicación verbal y no verbal.
- 2.3. Pautas de comportamiento.
- 2.4. Estilos de respuesta en la interacción verbal: asertivo agresivo y no asertivo.
- 2.5. Técnicas de Asertividad.
- 2.6. La atención telefónica.
- 2.7. Tratamiento de cada una de las situaciones de atención básica.
- 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.

2.10. Documentación de las reclamaciones e información que debe contener.

UD3. 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.

3.5. La satisfacción del cliente.

3.6. La motivación personal y la excelencia empresarial.

3.7. La reorganización según criterios de calidad.

3.8. Las normas ISO 9000.