

Atención al cliente (30h)

AF: 32108

OBJETIVO

El presente curso tiene por objetivo capacitar a aquellas personas que tienen que responsabilizarse en la materia de Atención al Cliente.

Al finalizar el alumno será capaz de:

Escuchar al cliente de forma activa, comprendiendo sus necesidades y atendiendo a sus requerimientos. En definitiva se trata de cubrir sus expectativas.

Utilizar las diferentes técnicas existentes para medir la satisfacción del cliente y valorar los errores cometidos.

Ofrecerle la mejor solución posible, cumpliendo también con la labor de asesor, intentado que dicha solución se adapte lo mejor posible al cliente.

Implantar en el trabajo del día a día un programa para lograr la mayor calidad posible en el servicio ofrecido.

Profundizar en la importancia de causar una buena impresión proyectando una imagen positiva, tanto del personal, como de la organización.

ÍNDICE

UNIDAD 1. CONCEPTOS DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE

INTRODUCCIÓN

- 1.1. Evolución
- 1.2. Algunos números
- 1.3. Tipos de Atención al Cliente
- 1.4. Decálogo de la Atención al Cliente
- 1.5. Archivo multimedia: "Conceptos esenciales en la atención al cliente"
- 1.6. RESUMEN

UNIDAD 2. EL CLIENTE

INTRODUCCIÓN

- 2.1. Definición de Cliente.
 - 2.2. La Importancia del Cliente.
 - 2.2.1. El conocimiento del cliente como ventaja competitiva
 - 2.2.2. Características que definen el perfil del cliente.
 - 2.3. Tipos de Clientes Según la Personalidad.
 - 2.4. Clasificación de Clientes.
 - 2.4.1. Clientes activos e inactivos.
 - 2.4.2. Clasificación de los Clientes Activos (potenciales).
 - 2.4.2.1. Clientes Según La Frecuencia De Compra
 - 2.4.2.2. Clientes Según Volumen De Compras.
 - 2.4.2.3. Clientes Según Nivel De Satisfacción.
 - 2.4.2.4. Clientes Según Su Nivel De Influencia.
- RESUMEN

UNIDAD 3. PERFIL PROFESIONAL DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE.

INTRODUCCIÓN

- 3.1. Perfil Profesional
- 3.2. Competencias Generales
 - 3.2.1. Orientación al cliente
 - 3.2.2. Tolerancia
 - 3.2.3. Empatía
 - 3.2.4. Capacidad de comunicación
 - 3.2.5. Capacidad técnica
 - 3.2.6. Capacidad para obtener buenos resultados
- 3.3. Otras características
 - 3.3.1. Formalidad
 - 3.3.2. Iniciativa
 - 3.3.3. Autocontrol

- 3.3.4. Don de gentes
 - 3.3.5. Capacidad de Trabajo en Equipo
 - 3.3.6. Enfoque positivo
 - 3.3.7. Habilidad analítica
 - 3.3.8. Imaginación
 - 3.3.9. Recursos
 - 3.3.10. Aspecto externo
- RESUMEN

UNIDAD 4. LAS ESTRATEGIAS Y COMUNICACIÓN DEL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE

INTRODUCCIÓN

- 4.1. El cliente manda
- 4.2. Precio vs diferenciación
- 4.3. Estrategias de servicios de productos
- 4.4. Estrategias y ciclo de vida del producto
- 4.5. Estrategias de servicios para los servicios
- 4.6. La promesa de marca: Compromiso entre empresa y cliente
- 4.7. La comunicación del servicio
- 4.8. Cumpliendo las expectativas del cliente
- 4.9. Vendiendo servicios
- 4.10. La importancia de la comunicación. Todo comunica
- 4.11. Archivo multimedia: “La comunicación en la atención al cliente”

RESUMEN

UNIDAD 5. CALIDAD PERCIBIDA Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

INTRODUCCIÓN

- 5.1 ¿Qué es la Satisfacción del Cliente?
- 5.2. Factores que intervienen en la satisfacción al cliente
 - 5.2.1. Calidad percibida
 - 5.2.2. Expectativas
 - 5.2.3. Niveles de satisfacción
- 5.3. Medir la Satisfacción de los clientes

RESUMEN

UNIDAD 6. GESTIÓN DE QUEJAS Y PROBLEMAS

INTRODUCCIÓN

- 6.1 La insatisfacción post-compra
- 6.2 El tiempo de respuesta
- 6.3 Actitud de la empresa ante las reclamaciones de los clientes.
 - 6.3.1 Forma de proceder ante un cliente que está efectuando una reclamación.
 - 6.3.2 Valoración de una reclamación desde la empresa.
 - 6.3.3 Medios necesarios para la correcta gestión de reclamaciones.
- 6.4 Mejora en la gestión de reclamaciones quejas y sugerencias.
- 6.5 Estableciendo una relación cordial con el cliente
- 6.6 Las reclamaciones.
 - 6.6.1 Las hojas de quejas y reclamaciones.
 - 6.6.2 Tramitación de la Hoja de Quejas y Reclamaciones.

RESUMEN

BIBLIOGRAFÍA

GLOSARIO