

Atención al cliente

AF: 62216

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.

Contenidos

UNIDAD 1. INTRODUCCIÓN

1.1 INTRODUCCIÓN

1.2 EVOLUCIÓN

1.3 ALGUNOS NÚMEROS

1.4 TIPOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE

1.5 DECÁLOGO DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE

1.6 RESUMEN

UNIDAD 2. EL CLIENTE

2.1 INTRODUCCIÓN

2.2 EL CLIENTE. DEFINICIÓN.

2.3 LA IMPORTANCIA DEL CLIENTE.

• 2.3.1 EL CONOCIMIENTO DEL CLIENTE COMO VENTAJA COMPETITIVA

• 2.3.2 CARACTERÍSTICAS QUE DEFINEN EL PERFIL DEL CLIENTE.

2.4 TIPOS DE CLIENTES.

• 2.4.1 TIPOS DE CLIENTES SEGÚN LA PERSONALIDAD.

• 2.5 CLASIFICACION DE CLIENTES.

• 2.5.1 CLIENTES ACTIVOS E INACTIVOS.

• 2.5.2 CLASIFICACIÓN DE LOS CLIENTES ACTIVOS (POTENCIALES).

2.5 RESUMEN

• 3.3.6 CAPACIDAD PARA OBTENER BUENOS RESULTADOS

3.4 OTRAS CARACTERÍSTICAS

• 3.4.1 FORMALIDAD.

• 3.4.2 INICIATIVA.

• 3.4.3 AUTOCONTROL.

• 3.4.4 DON DE GENTES.

• 3.4.5 CAPACIDAD DE TRABAJO EN EQUIPO.

• 3.4.6 ENFOQUE POSITIVO.

• 3.4.7 HABILIDAD ANALÍTICA.

• 3.4.8 IMAGINACIÓN.

• 3.4.9 RECURSOS.

• 3.4.10 ASPECTO EXTERNO.

3.5 RESUMEN

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

4.1 INTRODUCCIÓN

4.2 EL CLIENTE MANDA

4.3 PRECIO VS DIFERENCIACIÓN

4.4 ESTRATEGIAS DE SERVICIOS DE PRODUCTOS

4.5 ESTRATEGIAS Y CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO

4.6 ESTRATEGIAS DE SERVICIOS PARA LOS SERVICIOS

4.7 LA PROMESA DE SERVICIO AL CLIENTE

4.8 RESUMEN

UNIDAD 5. CALIDAD PERCIBIDA Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

UNIDAD 6. GESTIÓN DE QUEJAS Y PROBLEMAS