

Servicio al público en el ámbito comercial 50h

AF: 51017

OBJETIVO

Los objetivos que se pretenden lograr con el estudio y realización del presente curso de Atención al cliente, son los siguientes:

- El alumno llegue a comprender de forma más allá de lo cotidiano, el concepto, evolución y relevancia del servicio de atención al cliente.
- El alumno conozca a los sujetos intervinientes (cliente y profesional) y pueda reconocer las diferentes clases que existen.
- El alumno aprenda las distintas estrategias (las cuales también han evolucionado a lo largo de tiempo, adaptándose a las necesidades sociales de cada época) comerciales y, sobre todo, de comunicación que componen este servicio.
- El alumno comprenda la importancia para cualquier negocio de lograr la satisfacción del cliente, cómo mantenerla (fidelización), así como gestionar con eficacia el efecto contrario, es decir, las quejas y reclamaciones, pudiendo volver a éstas a favor de la entidad empresarial.

ÍNDICE

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.- DEFINICIONES

UNIDAD 2: EL CLIENTE

- 2.1.- EL CLIENTE. DEFINICIÓN
- 2.2.- LA IMPORTANCIA DEL CLIENTE
- 2.3.- TIPOS DE CLIENTE
 - 2.3.1.- Cliente indeciso
 - 2.3.2.- Cliente conflictivo
 - 2.3.3.- Cliente amable
 - 2.3.4.- Cliente curioso
 - 2.3.5.- Cliente desinteresado
 - 2.3.6.- Cliente reservado
- 2.4.-CLASIFICACIÓN DE LOS CLIENTES
 - 2.4.1.- Clientes activos e inactivos
 - 2.4.2.- Clasificación de los clientes activos (potenciales)

UNIDAD 3: PERFIL PROFESIONAL Y LAS ESTRATEGIAS Y COMUNICACIÓN EN EL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE

- 3.1.- INTRODUCCION
- 3.2.- PERFIL PROFESIONAL
- 3.3.- COMPETENCIAS GENERALES
- 3.4.- PROCEDIMIENTO INSCRIPCIÓN DE FICHEROS
 - 3.4.1.- Presentación de los modelos / formularios
 - 3.4.2.- Procedimientos

3.4.3.- Pasos en la inscripción de ficheros:

3.4.4.- Modificaciones de ficheros

3.4.5.- Eliminación de ficheros

UNIDAD 4. CALIDAD PERCIBIDA Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

4.1.-INTRODUCCIÓN

4.2.- ¿QUÉ ES LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE?

4.3.- FACTORES QUE INTERVIENEN EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

4.3.1.- Calidad percibida

4.3.2.- Expectativas

4.3.3.- Niveles de satisfacción

4.4.- MEDICIÓN DE LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES

TEMA 5. GESTIÓN DE QUEJAS Y PROBLEMAS

5.1.- INTRODUCCIÓN

5.2.- LA INSATISFACCIÓN POST COMPRA

5.3.- EL TIEMPO DE RESPUESTA

5.4.- ACTITUD DE LA EMPRESA ANTE LAS RECLAMACIONES

5.4.1.- Forma de proceder ante un cliente que está gestionando una reclamación

5.4.2.- Valoración de una reclamación desde la empresa

5.4.3.- Medios necesarios para la correcta gestión de las reclamaciones

5.5.- MEJORA EN LA GESTIÓN DE RECLAMACIONES, QUEJAS Y SUGERENCIAS

5.6.- ESTABLECIENDO UNA RELACIÓN CORDIAL CON EL CLIENTE

5.7.- LAS RECLAMACIONES

5.7.1.- Las hojas de quejas y reclamaciones