

TÉCNICAS DE ATENCIÓN AL CLIENTE Y SERVICIO POSTVENTA



Área: Sin clasificar
Modalidad: Teleformación
Duración: 40 h
Precio: Consultar

[Curso Bonificable](#)
[Contactar](#)
[Recomendar](#)
[Matricularme](#)

DESTINATARIOS

La acción formativa está dirigida a profesionales interesados en reciclar su formación, con la finalidad de potenciar sus habilidades y destrezas en el desempeño de sus funciones laborales.

OBJETIVOS

Conocer los diferentes medios para aumentar la calidad comercial de la empresa dependiendo del ámbito, tipo de comunicación, importancia, urgencia[], etc.
Aprender a manejar las herramientas que tienen a su disposición y mejorar constantemente el trato con el cliente, con el fin último de alcanzar la satisfacción total del cliente.

CONTENIDOS

MÓDULO 1. TUTORIAL DE TÉCNICAS DE ATENCIÓN AL CLIENTE Y SERVICIO POSTVENTA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. TÉCNICAS DE ATENCIÓN BÁSICA A CLIENTES.

Tipología de clientes.

Comunicación verbal y no verbal.

Pautas de comportamiento:

Estilos de respuesta en la interacción verbal: asertivo, agresivo y no asertivo.

Técnicas de asertividad:

La atención telefónica.

Tratamiento de cada una de las situaciones de atención básica:

El proceso de atención de las reclamaciones en el establecimiento comercial o en el reparto domiciliario.

Pautas de comportamiento en el proceso de atención a las reclamaciones:

Documentación de las reclamaciones e información que debe contener.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA CALIDAD DEL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE.

Concepto y origen de la calidad.

La gestión de la calidad en las empresas comerciales.

El control y el aseguramiento de la calidad.

La retroalimentación del sistema.

La satisfacción del cliente.

La motivación personal y la excelencia empresarial

La reorganización según criterios de calidad

Las normas ISO 9000

UNIDAD DIDÁCTICA 3. SEGUIMIENTO Y FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

La confianza y las relaciones comerciales:

Estrategias de fidelización.

Externalización de las relaciones con clientes. telemarketing.

Aplicaciones de gestión de relaciones con el cliente (CRM).

UNIDAD DIDÁCTICA 4. RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS Y RECLAMACIONES PROPIOS DE LA VENTA.

Conflictos y reclamaciones en la venta.

Gestión de quejas y reclamaciones.

Resolución de reclamaciones.

REQUISITOS

Los requisitos mínimos de asistencia y participación serán avalados por los registros correspondientes que incluirán, entre otros, los siguientes aspectos, que serán determinantes para la consecución del certificado de aprovechamiento:

1. Haber participado en el foro (Obligatorio: 1 entrada)
2. Haber visualizado al 75% el contenido; además de realizar las actividades tipo por cada una de las unidades didácticas.
3. Superar la prueba final con una nota mínima de 5 puntos.

Asimismo, el alumnado debería acumular un tiempo mínimo de conexión que se aproxime al 75% de las horas de la acción formativa, siguiendo recomendaciones de los correspondientes organismos de control, para evitar posibles incidencias.

Todos estos requisitos serán comprobados a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

CONTROLES APRENDIZAJE

Al finalizar el curso, deberás realizar una prueba de evaluación final tipo test.