

La manera más sencilla de que crezca
tu organización

**CON LOS LÍDERES EN
FORMACIÓN**



Atención básica al cliente (MF1329_1)

Modalidad:

e-learning con una duración 56 horas

Objetivos:

Contenidos:

1. 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 1.4.1. Estrategias y pautas para una comunicación efectiva 1.5. La escucha activa 1.5.1. Concepto, utilidades y ventajas de la escucha efectiva 1.5.2. Signos y señales de escucha 1.5.3. Componentes actitudinales de la escucha efectiva 1.5.4. Habilidades técnicas y personas de la escucha efectiva 1.5.5. Errores en la escucha efectiva 1.6. Consecuencias de la comunicación no efectiva. 2. Técnicas de atención básica a clientes. 2.1. Tipología de clientes. 2.2. Comunicación verbal y no verbal. 2.2.1. Concepto. 2.2.2. Componentes. 2.2.3. Signos de comunicación corporal no verbal. 2.2.4. La imagen personal. 2.3. Pautas de comportamiento: 2.3.1. Disposición previa 2.3.2. Respeto y amabilidad 2.3.3. Implicación en la respuesta 2.3.4. Servicio al cliente 2.3.5. Vocabulario adecuado 2.4. Estilos de respuesta en la interacción verbal: asertivo, agresivo y no asertivo. 2.5. Técnicas de asertividad: 2.5.1. Disco rayado 2.5.2. Banco de niebla 2.5.3. Libre información 2.5.4. Aserción negativa 2.5.5. Interrogación negativa 2.5.6. Autorrevelación 2.5.7. Compromiso viable 2.5.8. Otras técnicas de asertividad 2.6. La atención telefónica. 2.6.1. El lenguaje y la actitud en la atención telefónica. 2.6.2. Recursos en la atención telefónica: voz, tiempo, pausas, silencios. 2.7. Tratamiento de cada una de las situaciones de atención básica: 2.7.1. Solicitud de información de localización 2.7.2. Solicitud de información de localización de producto 2.7.3. Solicitud de información de precio 2.7.4. Quejas básicas y reclamaciones 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: 2.9.1. No ignorar ninguna reclamación 2.9.2. Mantener la calma y practicar escucha activa 2.9.3. Transmitir respeto y amabilidad 2.9.4. Pedir disculpas 2.9.5. Ofrecer una solución o tramitación lo más rápida posible 2.9.6. Despedida y

La manera más sencilla de que crezca
tu organización

**CON LOS LÍDERES EN
FORMACIÓN**



agradecimiento 2.10. Documentación de las reclamaciones e información que debe contener 3. 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. 3.4.1. Calidad y seguimiento de la atención al cliente 3.4.2. Documentación de seguimiento: el registro de quejas, sugerencias y reclamaciones 3.5. La satisfacción del cliente. 3.5.1. Técnicas de control y medición. 3.5.2. Principales motivos de no satisfacción y sus consecuencias. 3.6. La motivación personal y la excelencia empresarial 3.7. La reorganización según criterios de calidad 3.8. Las normas ISO 9000 3.8.1. Funcionamiento de la certificación 6.3.4. Programas de gráficos. 6.3.5. Correo electrónico. 6.3.6. Antivirus 6.4. Adquisición legal de los programas. 6.5. Programas específicos para la gestión administrativa contable del alojamiento rural