

# Servicio al público en el ámbito comercial

AF: 26349

HORAS: 50

## OBJETIVOS

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.

## CONTENIDOS

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.- 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