

Atención a la clientela y atención telefónica (30 horas)

Objetivos

Al finalizar el curso, serás capaz de:

- Identificar normas básicas de actuación y procedimientos a seguir relativos al trato con la clientela.
- Explicar el significado de la calidad en la atención a la clientela y los elementos a considerar para llegar a conseguirla.
- Definir las conductas y actitudes adecuadas que debe mostrar un profesional para ser capaz de satisfacer las necesidades de los y las clientes con personalidades diferentes.
- Desarrollar habilidades de comunicación para mejorar el trato con los clientes.
- Determinar y potenciar las competencias personales necesarias para desempeñar tareas de servicio y atención a la clientela.
- Entender las diferentes etapas de proceso de atención a la clientela como un proceso de venta.
- Identificar las claves para reaccionar ante situaciones comprometidas y adversas (quejas y reclamaciones) para saber sacar partido de ellas.
- Explicar el proceso de comunicación, sus barreras y dificultades, destacando la necesidad de conseguir el feed-back de los y las clientes.
- Describir comunicar eficazmente, cómo escuchar activamente, poniendo en práctica la asertividad y la empatía.
- Identificar los factores que determinan la atención telefónica y cuáles son las buenas prácticas y recomendaciones para conseguir una atención telefónica exitosa.
- Aplicar las técnicas de uso del teléfono como herramienta comercial: para concertar citas comerciales, para realizar ventas, para atender pedidos, etc.
- Argumentar la importancia de la calidad en el servicio y la necesidad de buscar los cero defectos.

Contenidos Módulo 1

1. La atención a la clientela

- Definición de atención a la clientela
- El servicio a la clientela
- Principios de la atención a la clientela
- Protagonistas de la atención a la clientela
- Planificación de la atención a la clientela
- Organización de la atención a la clientela
- Gestión de la calidad en la atención a la clientela
- El servilismo
- El tiempo y la atención a la clientela
- Quejas y reclamaciones

2. El trato con la clientela

- Actitudes positivas
- Potencial
- Cualificación
- Formación
- Motivación
- Cómo conseguir clientes satisfechos

3. El trabajo en equipo

- El trabajo en equipo
- El clima grupal
- Un grupo y un equipo

4. Los y las clientes

- Tipos de clientes
- Situaciones difíciles

5. Técnicas de comunicación

- La comunicación y el servicio a la clientela
- Los elementos del proceso de comunicación
- Habilidades en la comunicación
- Normas básicas en el uso del lenguaje
- El lenguaje verbal
- El lenguaje no verbal
- Las barreras de comunicación

6. El proceso de venta

- La venta
- Análisis de los componentes de venta
- Etapas de la venta

7. La calidad del servicio

- ¿Qué es calidad?
- La evolución de la calidad
- Sistemas de calidad en el servicio
- La calidad diferencial y la segmentación de clientes
- El cliente interno
- La orientación a la clientela
- Los costes y la calidad de atención a la clientela
- La satisfacción de la clientela
- Necesidades y aspiraciones de la clientela

Contenidos Módulo 2

1. Calidad y servicio

- Introducción
- La importancia de la calidad del servicio
- Estrategia de servicio para los servicios
- Comunicación del servicio
- Caza de errores: a la conquista de cero defectos

2. Comunicación en la empresa

- Introducción
- El proceso de comunicación
- Barreras y dificultades en la comunicación
- La importancia del feed-back en la relación con los clientes
- Cómo comunicar eficazmente
- El lenguaje verbal
- La escucha activa
- Inteligencia emocional, asertividad y empatía

3. Atención telefónica

- Introducción
- Factores determinantes en la atención telefónica
- La conversación telefónica

4. Marketing telefónico

- Introducción
- El teléfono, una herramienta comercial
- Atender llamadas de los clientes
- Técnica del uso del teléfono
- Estrategias decisivas en la venta por teléfono
- Uso del teléfono para concertar citas de ventas