

# CATÁLOGO DE CURSOS DE FORMACIÓN

2018 / 2019



**ATENCIÓN AL CLIENTE  
(56 HORAS)**

## 1. ATENCIÓN AL CLIENTE (56 HORAS)

### ➤ **Objetivos**

- ◆ Conocer el papel de la comunicación en la atención al cliente y la manera de adaptarla a partir de las necesidades de la empresa.
- ◆ Conocer la importancia de una adecuada atención en el servicio para cubrir las exigencias del cliente.
- ◆ Saber de las diferentes estrategias de servicios existentes para cada tipo de empresa.
- ◆ Sensibilizar sobre la importancia de la calidad en el servicio y la necesidad de buscar los cero defectos.
- ◆ Conocer el proceso de comunicación, sus barreras y dificultades, destacando la necesidad de conseguir el feed-back de los clientes.
- ◆ Cómo comunicar eficazmente, cómo escuchar activamente, poniendo en práctica la asertividad y la empatía.
- ◆ Entender las quejas y reclamaciones como una oportunidad y no como un problema.
- ◆ Aprender a tratar las reclamaciones, tanto en persona como por teléfono.
- ◆ Poner de manifiesto las normativas legales que obligan a poner a disposición del consumidor las hojas de reclamaciones.
- ◆ Sensibilizar sobre la importancia de la calidad en el servicio y la necesidad de buscar los cero defectos.
- ◆ Conocer el proceso de comunicación, sus barreras y dificultades, destacando la necesidad de conseguir el feed-back de los clientes.
- ◆ Cómo comunicar eficazmente, cómo escuchar activamente, poniendo en práctica la asertividad y la empatía.
- ◆ Ver los factores que determinan la atención telefónica y cuáles son las buenas prácticas y recomendaciones para conseguir una atención telefónica exitosa.
- ◆ Aprender las técnicas de uso del teléfono como herramienta comercial: para concertar citas comerciales, para realizar ventas, para atender pedidos, etc.
- ◆ Aprender la importancia de la comunicación en el servicio de cara a la satisfacción del consumidor y de los empleados que prestan el servicio.
- ◆ Conocer la importancia de la calidad en el servicio y las exigencias del cliente.
- ◆ Conocer las estrategias del servicio para los distintos tipos de servicios.
- ◆ Conocer las normas de calidad en el servicio.
- ◆ Conocer los conceptos de calidad y servicio, así como las características de los distintos servicios y las empresas de alto rendimiento.
- ◆ Aprender la importancia de detectar los errores y anticiparse a ellos.
- ◆ Cómo medir la satisfacción de los clientes.
- ◆ Aprender las técnicas de uso del teléfono.
- ◆ Conocer cómo lanzar un programa de calidad.
- ◆ Conocer el papel del director de calidad.

### ➤ **Contenido**

#### **MÓDULO 1: ATENCIÓN AL CLIENTE**

- 1 Calidad en el servicio**
  - 1.1 La calidad
  - 1.2 El servicio
- 2 Impacto de la calidad en el servicio**
  - 2.1 Impacto de la calidad en el servicio
- 3 Factores diferenciales de las empresas de servicios**
  - 3.1 Dificultades para gestionar la calidad del servicio
  - 3.2 Costo y falta de calidad
  - 3.3 La gestión de la calidad del servicio
- 4 Estrategias de servicios**

- 4.1 Estrategias de servicio
- 4.2 Competencia en precios o en diferencias
- 4.3 Estrategias de servicio para productos
- 4.4 Estrategias de servicio para servicios
- 5 **La comunicación del servicio**
  - 5.1 La comunicación
  - 5.2 Amoldarse a las expectativas del cliente
  - 5.3 En materia de servicio, todo es comunicación
  - 5.4 Motivar al personal
- 6 **Normas de calidad en el servicio**
  - 6.1 Introducción
  - 6.2 Formación del personal
  - 6.3 Prestar un servicio orientado al cliente
- 7 **A la conquista del cero defectos**
  - 7.1 Hacerlo bien a la primera
  - 7.2 Caza de errores
- 8 **Medir la satisfacción del cliente**
  - 8.1 Valor para el cliente
  - 8.2 Satisfacción del consumidor
  - 8.3 Procedimientos para medir la satisfacción

## **MÓDULO 2. ATENCIÓN DE QUEJAS Y RECLAMACIONES**

- 1 **Calidad y servicio**
  - 1.1 Introducción
  - 1.2 La importancia de la calidad del servicio
  - 1.3 Estrategia de servicio para los servicios
  - 1.4 Comunicación del servicio
  - 1.5 Caza de errores: a la conquista de cero defectos
- 2 **Comunicación en la empresa**
  - 2.1 Introducción
  - 2.2 El proceso de comunicación
  - 2.3 Barreras y dificultades en la comunicación
  - 2.4 La importancia del feed-back en la relación con los clientes
  - 2.5 Cómo comunicar eficazmente
  - 2.6 El lenguaje verbal
  - 2.7 La escucha activa
  - 2.8 Inteligencia emocional, asertividad y empatía
- 3 **Las quejas y reclamaciones**
  - 3.1 Introducción
  - 3.2 Recursos para atender las reclamaciones
  - 3.3 Las reclamaciones son una oportunidad
  - 3.4 Cómo actuar ante una reclamación
  - 3.5 Reacciones del personal
  - 3.6 Tratamiento de las reclamaciones por teléfono
- 4 **Hojas de reclamaciones**
  - 4.1 Hojas de reclamaciones
  - 4.2 Tramitación de las reclamaciones
  - 4.3 Sistema Arbitral de Consumo

### **MÓDULO 3. ATENCIÓN TELEFÓNICA**

- 1 Atención telefónica**
  - 1.1 Introducción
  - 1.2 Factores determinantes en la atención telefónica
  - 1.3 La voz
  - 1.4 El lenguaje
  - 1.5 El silencio
  - 1.6 La sonrisa
  
- 2 La conversación telefónica**
  - 2.1 Hablando por teléfono
  - 2.2 Llamando por teléfono
  - 2.3 Recepción de llamadas
  
- 3 Marketing telefónico**
  - 3.1 Introducción
  - 3.2 El teléfono, una herramienta comercial
  - 3.3 Atender llamadas de los clientes
  - 3.4 Técnica del uso del teléfono
  - 3.5 Estrategias decisivas en la venta por teléfono
  - 3.6 Uso del teléfono para concertar citas de ventas

### **MÓDULO 4. CALIDAD EN EL SERVICIO**

- 1 Gestión de la calidad en el servicio**
  - 1.1 Calidad y servicio: Conceptos básicos
    - 1.1.1 La Calidad
    - 1.1.2 El Servicio
  - 1.2 La importancia de la calidad en el servicio
    - 1.2.1 La exigencia del cliente
    - 1.2.2 El cliente: aspectos a destacar
    - 1.2.3 La percepción de la calidad
    - 1.2.4 Gestión de la calidad total
  - 1.3 Gestión de la calidad en el servicio
    - 1.3.1 ¿Por qué son diferentes las empresas de servicios?
    - 1.3.2 Dificultades para gestionar la calidad en el servicio
    - 1.3.3 Coste de calidad y falta de calidad
    - 1.3.4 Gestión de la calidad: Asunto de método
    - 1.3.5 Ejemplos de “no calidad”
    - 1.3.6 Un ejemplo práctico de mala calidad en el servicio: la camarera
  - 1.4 Las estrategias del servicio
    - 1.4.1 El cliente es el rey
    - 1.4.2 Estrategias
  - 1.5 La comunicación del servicio
    - 1.5.1 Características de la comunicación
    - 1.5.2 Todo es comunicación en el servicio
  - 1.6 Las normas de calidad en el servicio
    - 1.6.1 Normas de calidad
  
- 2 Programas de calidad en el servicio**
  - 2.1 Calidad y servicio: Aspectos generales
    - 2.1.1 Calidad y servicio: gestión de la calidad
    - 2.1.2 El cliente y su percepción del servicio
    - 2.1.3 Las empresas de servicios
    - 2.1.4 Estrategias de las empresas de servicios

- 2.1.5 La comunicación y las normas de calidad
- 2.2 La caza de errores
  - 2.2.1 Hacerlo bien a la primera
  - 2.2.2 El cero defectos
  - 2.2.3 El papel del director de calidad
  - 2.2.4 Un proyecto de calidad
  - 2.2.5 Instrumentos para la caza de errores
- 2.3 Medir la satisfacción del cliente
  - 2.3.1 La calidad que presta la empresa y la que percibe el cliente
  - 2.3.2 Satisfacción del consumidor: conceptos básico
- 2.4 ¿Cómo lanzar un programa de calidad?
  - 2.4.1 Introducción
  - 2.4.2 Diagnóstico
  - 2.4.3 La búsqueda de cero defectos
  - 2.4.4 Reconsideración del servicio prestado
  - 2.4.5 El nivel de excelencia para cada rama del servicio
- 2.5 El teléfono
  - 2.5.1 El teléfono como atención al público
  - 2.5.2 Preparación técnica
  - 2.5.3 Preparación táctica
  - 2.5.4 Técnicas del uso del teléfono
  - 2.5.5 Recomendaciones al hablar por teléfono
- 2.6 Ejemplos de mala calidad en el servicio
  - 2.6.1 Ejemplos de mala calidad en el servicio