

FICHA TÉCNICA

Curso: Gestión de la atención al cliente/consumidor. COMV0108 - Actividades de venta

Horas: 60

Objetivos:

Analizar las características de una empresa / organización para transmitir la imagen más adecuada. Aplicar los procedimientos adecuados para la obtención de información necesaria en la gestión de control de calidad del servicio prestado por una empresa/organización.

Dirigido a:

Cajero/a de comercio.
Dependiente de comercio.
Vendedor/a.
Promotor/a comercial.
Operador de contac-center
Teleoperadoras (call-center).
Televendedor/a.
Operador/a de venta en comercio electrónico.
Técnico de información y atención al cliente.

Capacita para:

Para poner en práctica los medios y herramientas existentes en la gestión de la atención al cliente que permitan desarrollar dicho servicio de atención de manera eficaz y eficiente.

Otros datos:

El curso capacita para entender y poner en práctica los procesos de gestión de la atención al cliente.

Conocerán, además, los procesos de calidad implicados en el servicio al cliente y los aspectos legales que rigen el mismo.

Los interesados sin conocimientos previos que deseen adquirir una buena base en materia de atención al cliente y los profesionales que deseen ampliar sus conocimientos encontrarán en el curso una magnífica fuente de recursos y aprendizaje.

A lo largo del curso se muestran ejemplos y aplicaciones prácticas, ya resueltas que ayudan a la

FICHA TÉCNICA

comprensión de los contenidos tratados.

Cada capítulo contiene al final del mismo un resumen de toda la temática tratada y una serie de actividades de autoevaluación que afirmarán el proceso de aprendizaje.

Contenido Formativo:

1. PROCESOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE/CONSUMIDOR

2. Concepto y características de la función de atención al cliente

- 2.1. Introducción
- 2.2. Atención al cliente: concepto y funciones
- 2.3. Empresas fabricantes
- 2.4. Empresas distribuidoras
- 2.5. Empresas de relaciones con clientes y servicios de atención al cliente
- 2.6. El defensor del cliente: pautas y tendencias
- 2.7. Resumen

3. Dependencia funcional del departamento de atención al cliente

- 3.1. Introducción
- 3.2. Concepto de organización
- 3.3. Concepto de estructura organizativa
- 3.4. Organización funcional de la empresa: organigrama
- 3.5. Diferenciación y agrupación de actividades: departamentalización
- 3.6. Interrelaciones del departamento de atención al cliente: comercial, financiero y de ventas 56
- 3.7. Resumen

4. Factores fundamentales desarrollados en la atención al cliente

- 4.1. Introducción
- 4.2. Naturaleza
- 4.3. Efectos
- 4.4. Normativa: productos y ámbitos regulados
- 4.5. Resumen

5. El marketing en la empresa y su relación con el departamento de atención al cliente

- 5.1. Introducción
- 5.2. Marketing relacional
- 5.3. Relaciones con clientes
- 5.4. Canales de comunicación con el cliente
- 5.5. Obtención y recogida de información del cliente
- 5.6. Resumen

6. Variables que influyen en la atención al cliente

FICHA TÉCNICA

- 6.1. Introducción
- 6.2. Posicionamiento e imagen
- 6.3. Relaciones públicas
- 6.4. Resumen

7. La información suministrada por el cliente

- 7.1. Introducción
- 7.2. Naturaleza de la información
- 7.3. Cuestionarios
- 7.4. Análisis comparativo
- 7.5. Satisfacción del cliente
- 7.6. Averías
- 7.7. Resumen

8. Documentación implicada en la atención al cliente

- 8.1. Introducción
- 8.2. Generalidades de la documentación implicada en la atención al cliente
- 8.3. Servicio posventa e implicaciones en la fidelización
- 8.4. Resumen

9. CALIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE

10. Procesos de calidad en la empresa

- 10.1. Introducción
- 10.2. Concepto y origen de la calidad
- 10.3. Evolución histórica del concepto de calidad
- 10.4. Gestión de la calidad en la empresa
- 10.5. Las normas ISO 9000
- 10.6. El manual de calidad, los procedimientos y la documentación operativa
- 10.7. Resumen

11. Concepto y características de la calidad de servicio

- 11.1. Introducción
- 11.2. La calidad y el servicio
- 11.3. Objetivos
- 11.4. Importancia de la calidad en el servicio
- 11.5. Calidad y satisfacción del cliente
- 11.6. Resumen

12. Ratios de control y medición de la calidad y satisfacción del cliente

- 12.1. Introducción
- 12.2. Control de la calidad
- 12.3. Métodos de evaluación de la calidad del servicio de atención al cliente
- 12.4. Medidas correctoras
- 12.5. Resumen

FICHA TÉCNICA

13. ASPECTOS LEGALES EN RELACIÓN CON LA ATENCIÓN AL CLIENTE

14. Ordenación del comercio minorista

- 14.1. Introducción
- 14.2. Contenido: la distribución comercial actual
- 14.3. Implicaciones en la atención a clientes
- 14.4. Resumen

15. Servicios de la sociedad de la información y el comercio electrónico

- 15.1. Introducción
- 15.2. Contenido
- 15.3. Implicaciones
- 15.4. Resumen

16. Protección de datos

- 16.1. Introducción
- 16.2. Normativa de protección de datos
- 16.3. ¿A quién afecta la Ley Orgánica de Protección de Datos?
- 16.4. Contenido
- 16.5. Auditoría de protección de datos
- 16.6. Implicaciones en las relaciones con clientes
- 16.7. Resumen

17. Protección al consumidor

- 17.1. Introducción
- 17.2. Ley general de defensa de los consumidores y usuarios. Normativa nacional
- 17.3. Instituciones nacionales de consumo
- 17.4. Regulación autonómica y local de protección al consumidor
- 17.5. Vías oficiales de reclamación de los consumidores y usuarios
- 17.6. Resumen