



MF0241_2. Información y atención al cliente/consumidor/usuario

Objetivos

□ Objetivos generales

- Gestionar un sistema de información que optimice el coste y tiempo de tratamiento y acceso a la misma de acuerdo con las especificaciones establecidas.
- Intervenir en el proceso de gestión de la calidad del servicio prestado por la empresa, analizando necesidades y grado de satisfacción de las mismas.
- Proporcionar directa, telefónicamente o por medios electrónicos la información requerida por el cliente/consumidor/usuario en cada una de las consultas realizadas en lengua propia o extranjera, de acuerdo con el contexto específico de que se trate.
- Gestionar un sistema de información que optimice el coste y tiempo de tratamiento y acceso a la misma de acuerdo con las especificaciones establecidas.
- Intervenir en el proceso de gestión de la calidad del servicio prestado por la empresa, analizando necesidades y grado de satisfacción de las mismas.

□ Objetivos específicos

- 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.

- Aplicar técnicas de organización de la información, tanto manuales como informáticas.
- Manejar como usuario aplicaciones informáticas de control y seguimiento de clientes o base de datos y aplicar procedimientos que garanticen la integridad, seguridad, disponibilidad y confidencialidad de la información almacenada.
- Aplicar técnicas de comunicación en situaciones de atención / asesoramiento al cliente.

Contenidos

MF0241_2. Información y atención al cliente/consumidor/usuario	120 horas
UF0036. Gestión de la atención al cliente/consumidor	60 horas
<p>Unidad 1: Procesos de atención al cliente/consumidor.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Concepto y características de la función de atención al cliente. <ul style="list-style-type: none"> ○ Empresas fabricantes. ○ Empresas distribuidoras. ○ Empresas de relaciones con clientes y servicios de atención al cliente. ○ El Defensor del cliente: pautas y tendencias. • Dependencia funcional del departamento de atención al cliente. <ul style="list-style-type: none"> ○ Niveles de organización. ○ Principios de organización. ○ Organigrama. ○ Clases de organigramas. ○ Departamentalización. ○ Organización por funciones o departamentos. ○ Organización por funciones o departamentos: Niveles organigramas. ○ Interrelaciones del departamento de atención al cliente. • Factores fundamentales desarrollados en la atención al cliente. • El marketing en la empresa y su relación con el departamento de atención al cliente. <ul style="list-style-type: none"> ○ Marketing relacional ○ Relaciones con la clientela. ○ Canales de comunicación con la clientela. Canales presenciales. ○ Canales de comunicación no presenciales. ○ Obtención y recogida de información de la clientela. ○ Variables que influyen en la atención al cliente. ○ Normativa: productos y ámbitos regulados. • La información suministrada por la clientela. <ul style="list-style-type: none"> ○ Naturaleza de la información. ○ Cuestionarios y encuestas. ○ Satisfacción de la clientela. ○ Averías y reclamaciones. • Documentación implicada en la atención al cliente. • Servicio postventa. 	

Cuestionario de Autoevaluación UA 01	30 minutos
Actividad de Evaluación UA 01	1 hora
Tiempo total de la unidad	25 horas
<p>Unidad 2: Calidad en la prestación del servicio de atención al cliente.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Procesos de calidad en la empresa. <ul style="list-style-type: none"> ○ Calidad intrínseca. ○ Sistemas de control. ○ Normalización. ○ Normalización: ventajas y tipos. • Concepto y características de la calidad del servicio. <ul style="list-style-type: none"> ○ Beneficios. ○ Principios de gestión de la calidad. ○ Objeto. ○ Calidad y satisfacción de la clientela. ○ International Service Marketing Institute. • Ratios de control y medición de la calidad y satisfacción del cliente. <ul style="list-style-type: none"> ○ Elementos de control de la calidad. ○ Encuestas. ○ Instrucciones, elementos y diseño de cuestionarios. ○ Obtención de los datos. ○ Explotación de los datos. ○ El análisis Dafo. ○ Parte técnica de Análisis Dafo. ○ Métodos de evaluación de la calidad del servicio de atención al cliente. ○ Método servqual. ○ Medidas correctoras. 	
Cuestionario de Autoevaluación UA 02	30 minutos
Actividad de Evaluación UA 02	1 hora
Tiempo total de la unidad	18 horas
<p>Unidad 3: Aspectos legales en la relación con la atención al cliente.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ordenación del comercio minorista. Normativa. <ul style="list-style-type: none"> ○ Contenido. ○ Implicaciones en la atención a la clientela. • Servicios de la sociedad de la información y el comercio 	

<p>electrónico.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Implicaciones. ○ Concepto de Sociedad de la Información en la ley. ○ Establecimiento. ○ Restricciones. ○ Obligaciones y responsabilidades. ○ Comunicaciones comerciales y contrataciones electrónicas. ○ Códigos de conducta. ○ Cesación, sanciones y previsiones. <ul style="list-style-type: none"> • Ley orgánica de protección de datos. <ul style="list-style-type: none"> ○ Implicaciones en las relaciones con la clientela. ○ La Agencia Española de Protección de Datos. • Protección a la persona consumidora. Ley general de defensa de los consumidores y usuarios. <ul style="list-style-type: none"> ○ Constitución Española. ○ Personas consumidoras y usuarias. • Regulación autonómica y local de protección a la persona consumidora. Derecho de consumo. Entidades. <ul style="list-style-type: none"> ○ Competencias municipales. 	
Cuestionario de Autoevaluación UA 03	30 minutos
Actividad de Evaluación UA 03	1 hora
Tiempo total de la unidad	16 horas
Evaluación final UF0036	1 hora
UF0037. Técnicas de información y atención al cliente/consumidor	60 horas
<p>Unidad 1: Gestión y tratamiento de la información del cliente/consumidor.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Información de la clientela. Quejas y reclamaciones. <ul style="list-style-type: none"> ○ Recepción y Documentación de la Queja o Reclamación. ○ Cuestionarios de Satisfacción. • Archivo y registro de la información de la clientela. Técnicas de archivo. <ul style="list-style-type: none"> ○ ¿Para qué son útiles los archivos? ○ Diferentes tipos de archivo. ○ La clasificación de los archivos. ○ Los documentos electrónicos. ○ Elaboración de ficheros. ○ Sistema de clasificación de archivos. Elementos utilizados en el archivo. • Procedimientos de gestión y tratamiento. <ul style="list-style-type: none"> ○ Conservación y destrucción de documentos. 	

<ul style="list-style-type: none"> • Bases de datos para el tratamiento de la información en el departamento de atención al cliente/consumidor/usuario. Estructura y funciones de una base de datos. <ul style="list-style-type: none"> ○ Tipos de bases de datos. ○ Bases de datos documentales. ○ Utilización de bases de datos: Búsqueda y recuperación de archivos y registros. ○ Realizar búsquedas en bases de datos. ○ Grabación, modificación y borrado de la información ○ Consulta de información. • Confección y presentación de informes. Tipología y presentación de informes. <ul style="list-style-type: none"> ○ Estructura de los informes. • Normativa de protección de datos de base de datos de clientes. <ul style="list-style-type: none"> ○ Deber de información. ○ Estándares de internacionales. 	
<p>Cuestionario de Autoevaluación UA 01</p>	<p>30 minutos</p>
<p>Actividad de Evaluación UA 01</p>	<p>1 hora</p>
<p>Tiempo total de la unidad</p>	<p>28 horas</p>
<p>Unidad 2: Técnicas de comunicación a clientes/consumidores.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Modelo de comunicación interpersonal. Elementos: Objetivos, sujetos y contenidos. <ul style="list-style-type: none"> ○ Sistemas de Comunicación: Evolución y Desarrollo. ○ Comunicación Presencial y No Presencial. • Comunicación con una o varias personas: Diferencias y dificultades. <ul style="list-style-type: none"> ○ Barreras y Dificultades en la Comunicación Interpersonal Presencial. ○ Superar las barreras de Comunicación. • Expresión verbal. Calidad de la información. <ul style="list-style-type: none"> ○ Formas de Presentación. Reglas básicas de comunicación para la presentación. ○ Formas de presentación. Corrección de la presentación. ○ Formas de presentación. Tipos de participación oral individual. ○ Formas de presentación. Técnicas de participación oral colectiva. ○ Expresión oral: Dicción. ○ Expresión oral: Entonación. • Comunicación no verbal. • Empatía y asertividad. Principios básicos. <ul style="list-style-type: none"> ○ Asertividad. 	

<ul style="list-style-type: none"> ○ Escucha Activa. • Comunicación no presencial. Características y tipologías. <ul style="list-style-type: none"> ○ Barreras y dificultades: Modelos de comunicación telefónica. ○ Expresión verbal a través del teléfono. ○ Comunicación no Verbal: La Sonrisa Telefónica. ○ Reglas de la comunicación telefónica. ○ El mensaje y el lenguaje en la comunicación telefónica: El lenguaje positivo. • Comunicación escrita. Cartas y faxes. <ul style="list-style-type: none"> ○ Correos Electrónicos: Elementos Clave. ○ Mensajería Instantánea: Características. ○ Comunicación en las Redes. 	
Cuestionario de Autoevaluación UA 02	30 minutos
Actividad de Evaluación UA 02	1 hora
Tiempo total de la unidad	31 horas
Evaluación final UF0037	1 hora
2 unidades formativas / 5 unidades didácticas	120 horas