



**UF0349. Atención al cliente en el proceso comercial**

## Objetivos

---

### □ **Objetivos Generales**

- Recoger los pedidos habituales de los clientes por los distintos canales disponibles en la organización, aplicando los procedimientos y protocolos internos e identificando posibles oportunidades de negocio, a fin de satisfacer sus requerimientos y transmitir la información facilitada.
- Realizar los trámites administrativos vinculados con las acciones de fidelización y del servicio postventa, de acuerdo con los criterios de calidad de servicio establecidos, para dar apoyo a la gestión y satisfacción de los clientes.

### □ **Objetivos Específicos**

- Aplicar las técnicas de comunicación comercial en las operaciones de compraventa, a través de los diferentes canales de comercialización, atendiendo a criterios de calidad de servicio de atención al cliente.
- Efectuar los procesos de recogida, canalización y/o resolución de reclamaciones, y seguimiento de clientes en los servicios postventa.

## Contenidos

UF0349. Atención al cliente en el proceso comercial	Tiempo estimado
<p><b>Unidad 1:</b> Atención al cliente y comunicación en las operaciones de compraventa.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Atención al cliente en las operaciones de compraventa.               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ El departamento comercial. Funciones básicas.</li> <li>○ El departamento comercial. Identificación de necesidades y gustos del cliente: Clasificación del cliente.</li> <li>○ Procedimiento de comunicación comercial.</li> <li>○ Procedimiento de comunicación comercial. Elementos. de comunicación institucional y fases del procedimiento.</li> <li>○ Procedimiento de comunicación comercial. Soportes de comunicación.</li> <li>○ Identificación del perfil psicológico de los distintos clientes. Aplicaciones de condiciones de venta.</li> <li>○ Identificación del perfil psicológico de los distintos clientes. Transmisión de información comercial relevante según el tipo de cliente.</li> <li>○ Identificación del perfil psicológico de los distintos clientes. Motivación.</li> <li>○ Relación con el cliente a través de distintos canales.</li> <li>○ Relación con el cliente a través de distintos canales. Características.</li> <li>○ Relación con el cliente a través de distintos canales. Ventajas e inconvenientes.</li> <li>○ Relación con el cliente a través de distintos canales. Internet como canal de comunicación.</li> <li>○ Criterios de calidad en la atención al cliente: satisfacción al cliente.</li> <li>○ Criterios de calidad en la atención al cliente: satisfacción al cliente.</li> <li>○ Criterios de calidad en la atención al cliente: satisfacción al cliente.</li> </ul> </li> <li>• Comunicación de información comercial en los procesos de compraventa.               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ El proceso de compraventa como comunicación.</li> <li>○ Tipos y formas de argumentos.</li> <li>○ Tipos y formas de argumentos. Tratamiento de objeciones.</li> <li>○ Tipos y formas de argumentos. Técnicas para resolver una objeción.</li> <li>○ Tipos y formas de argumentos. La objeción precio.</li> </ul> </li> </ul>	<p><b>18,30 horas</b></p>

<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Tipos y formas de argumentos. Comunicación de la información sobre los productos.</li> <li>○ Distintos procesos de compraventa. Venta por catálogo.</li> <li>○ Distintos procesos de compraventa. Televenta.</li> <li>○ Distintos procesos de compraventa. Internet y otras formas.</li> </ul>	
Cuestionario de Autoevaluación UA 01	<b>30 minutos</b>
Actividad de Evaluación UA 01	<b>1 hora</b>
Tiempo total de la unidad	<b>20 horas</b>
<p><b>Unidad 2:</b> Adaptación de la comunicación comercial al telemarketing y la tramitación en los servicios postventa.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Adaptación de la comunicación comercial al telemarketing. <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Aspectos básicos del telemarketing.</li> <li>○ La operativa general del teleoperador.</li> <li>○ Técnicas de ventas.</li> <li>○ Técnicas de venta. Principales técnicas de venta comercial.</li> <li>○ Técnicas de venta. Los guiones: Planificar su existencia.</li> <li>○ Técnicas de venta. La entrevista: Necesidades de la clientela y el correcto uso de los productos.</li> <li>○ Cierre de la venta. Objeciones de los clientes: Principales causas y actitudes.</li> <li>○ Cierre de la venta. Minimizar las hostilidades de los clientes.</li> <li>○ Cierre de la venta. Signos del cierre de la venta.</li> <li>○ Cierre de la venta. Dificultades y técnicas de cierre.</li> </ul> </li> <li>• Tramitación en los servicios postventa. <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Seguimiento comercial: concepto.</li> <li>○ Fidelización de la clientela.</li> <li>○ Fidelización de la clientela. Bonificaciones.</li> <li>○ Fidelización de la clientela. Vales comerciales y tarjetas de puntos.</li> <li>○ Identificación de quejas y reclamaciones.</li> <li>○ Identificación de quejas y reclamaciones. Quejas y reclamaciones.</li> <li>○ Identificación de quejas y reclamaciones. Las hojas de reclamaciones.</li> <li>○ Identificación de quejas y reclamaciones. Características. Tipología: presenciales y no presenciales.</li> <li>○ Procedimiento de reclamaciones y quejas.</li> </ul> </li> </ul>	<b>17,30 horas</b>

<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Valoración de los parámetros de calidad del servicio y su importancia o consecuencias de su no existencia.</li> <li>○ Aplicación de la confidencialidad a la atención prestada en los servicios de postventa.</li> </ul>	
Cuestionario de Autoevaluación UA 02	<b>30 minutos</b>
Actividad de Evaluación UA 02	<b>1 hora</b>
Tiempo total de la unidad	<b>19 horas</b>
Cuestionario de Evaluación final UF0349	<b>1 hora</b>
<b>2 unidades</b>	<b>40 horas</b>