



Atención al cliente

Objetivos

□ **Objetivo General**

- Capacitar a los trabajadores para formar parte de equipos competitivos en el mercado, y, rentables para su organización, mediante el desarrollo de las competencias adecuadas para ofrecer una atención al Cliente de calidad.

□ **Objetivos Específicos**

- Concienciar del verdadero papel que tienen los Clientes en las organizaciones.
- Distinguir los conceptos esenciales de la Atención al Cliente.
- Aprender el verdadero significado de toda Atención al Cliente y todo lo que ella comprende.
- Identificar la Atención al Cliente como el factor clave de las empresas para su permanencia en el mercado.
- Concienciar del papel que juega en este sentido todo el personal de una organización.
- Diferenciar un servicio de calidad y unos excelentes resultados de una mediocre Atención al Cliente.
- Concienciar del verdadero papel que tienen los Clientes en las organizaciones.
- Diferenciar los distintos tipos de Clientes que podemos encontrarnos y la forma en la que debemos proceder con ellos.
- Aprender a escuchar activamente, la forma de mostrar interés, y cómo tratar a los Clientes en la relación con ellos.
- Diferenciar comunicación verbal y no verbal y compaginarlas correctamente.
- Eliminar comportamientos y gestos negativos de cara al Cliente.
- Aprender a usar el estilo asertivo en la comunicación con los Clientes.

- Aprender las técnicas que debe emplear un profesional de Atención al Cliente.
- Saber gestionar adecuadamente las quejas y reclamaciones que nos presenten.

Contenidos

Atención al cliente	50 horas
<p>Unidad Didáctica 1: Conceptos claves en la atención al Cliente.</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Por qué un curso de atención al Cliente? <ul style="list-style-type: none"> ○ Motivos por los cuales las empresas pierden Clientes. • ¿Quiénes son los Clientes? El cambio de concepto con el paso de los años. <ul style="list-style-type: none"> ○ ¿Quiénes son los Clientes? • ¿Qué es la atención al Cliente? <ul style="list-style-type: none"> ○ Conozcamos en profundidad a nuestros Clientes I. ○ Conozcamos en profundidad a nuestros Clientes II. ○ La importancia de la escucha activa. ○ Mapa de empatía. • Principios básicos de atención al Cliente. <ul style="list-style-type: none"> ○ La calidad en la atención al Cliente. ○ La implicación de todos los niveles de la empresarial. 	
Actividad de Evaluación 01	1 hora
Tiempo total de la unidad	15 horas
<p>Unidad Didáctica 2: Técnicas de atención al Cliente (I).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tipología de Clientes. <ul style="list-style-type: none"> ○ Factores de influencia en la tipología de Clientes. ○ Otras tipologías de Clientes. • El trato con los Clientes: La importancia de la escucha activa. <ul style="list-style-type: none"> ○ Recomendaciones para mejorar tu escucha activa. ○ Herramientas en la escucha activa. ○ Señales y signos no verbales de escucha activa. ○ Preguntas en la escucha activa. • Recomendaciones en el trato con los Clientes. • Barreras en la comunicación. <ul style="list-style-type: none"> ○ Barreras personales. ○ Barreras físicas. ○ Barreras semánticas. ○ Otras barreras en la comunicación. • La satisfacción del Cliente. <ul style="list-style-type: none"> ○ Principales motivos de no satisfacción y sus consecuencias. 	
Actividad de Evaluación 02	1 hora

Tiempo total de la unidad	19 horas
<p>Unidad Didáctica 3: Técnicas de atención al Cliente (II).</p> <ul style="list-style-type: none"> • La comunicación verbal y no verbal. <ul style="list-style-type: none"> ○ Pautas en la comunicación no verbal y actitudes en la comunicación con el Cliente. ○ Técnicas a utilizar en atención al Cliente. ○ Características del personal que atiende al Cliente. ○ Argumentaciones que debemos dar en relación con los Clientes. ○ Los estilos de comunicación. Especial énfasis en el estilo asertivo. • ¿Cómo comportarse ante las objeciones? <ul style="list-style-type: none"> ○ A modo de conclusión. • La atención telefónica y el uso del teléfono. <ul style="list-style-type: none"> ○ Pautas de actuación en la recepción y emisión de llamadas. • El tratamiento de las quejas y reclamaciones. <ul style="list-style-type: none"> ○ Quejas y reclamaciones: oportunidades de mejora. ○ Afrontando situaciones difíciles. • Herramientas de evaluación de la atención al Cliente en la empresa. 	
Actividad de Evaluación 03	1 hora
Tiempo total de la unidad	15 horas
Examen final	1 hora
3 unidades didácticas	50 horas