



MCR30. Atención al cliente y tratamiento de situaciones conflictivas



MCR30

Atención al cliente y tratamiento de situaciones conflictivas

El contenido formativo se adecúa a la unidad de competencia UC0241_2 del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales (CNCP).

Duración: 40 horas

Modalidad: 100% online

Requisitos y conocimientos previos: no se requiere nivel académico previo, pero al ser en modalidad online es necesario poseer conocimientos básicos de informática, así como habilidades básicas de comunicación lingüística que permitan el aprendizaje y el seguimiento de la formación.



Objetivos

Objetivo general

- Utilizar las técnicas de comunicación, tanto a nivel de emisor como de receptor y gestionar de una manera rápida y eficaz las necesidades de los clientes.
- 

Objetivos específicos

- Conocer las estrategias básicas para ofrecer un servicio de calidad al cliente.
- Conocer los distintos elementos que implica el proceso de comunicación.
- Ser consciente de la importancia de la comunicación en el servicio con la finalidad de satisfacer al consumidor y a los empleados que prestan el servicio.
- Aprender las estrategias idóneas para una correcta atención al cliente.
- Saber la importancia de la calidad en el servicio y las exigencias del cliente.
- Conocer las distintas estrategias necesarias para gestionar adecuadamente las llamadas telefónicas.
- Conocer las técnicas necesarias para proporcionar un servicio de atención al cliente, de modo que este sienta sus necesidades y expectativas satisfechas.
- Conocer los fundamentos de PRL asociados a su función como teleoperadores.
- Conocer los conceptos de sonrisa telefónica y escucha activa y valorarlos como recursos fundamentales en la gestión telefónica a clientes.
- Comprender las actitudes con que los clientes acuden a los servicios de atención telefónica para poder ofrecer una ayuda eficaz.

- Desarrollar la capacidad de responder a las solicitudes de los clientes con eficacia.
- Conocer las distintas barreras comunicativas más frecuentes al teléfono para desarrollar estrategias adecuadas de gestión telefónica.
- Conocer los distintos pasos que diferencian la atención telefónica a clientes de calidad.
- Conocer el concepto de calidad, gestión y control de la calidad como parte del proceso de producción o prestación de servicios.
- Capacitarse para aplicar los parámetros de un plan de gestión de la calidad para la mejora en la atención al cliente.
- Reconocer los beneficios en cuanto a competitividad que aporta la aplicación de un plan de calidad en la empresa.
- Conocer los documentos que rigen la normativa de calificación de calidad.
- Distinguir los conceptos de ciudadano/a y persona para conseguir una mejor atención al cliente.
- Conocer el proceso reclamación, queja y sugerencia para una adecuada gestión de cada una de ellas.
- Capacitarse para gestionar adecuadamente las distintas quejas, reclamaciones y sugerencias como responsables de atención telefónica de la empresa.

- 
- 
- 
- 
- Reconocer el valor de la información que nos aportan quejas, reclamaciones y sugerencias como oportunidades de negocio.
 - Conocer el valor legal de quejas y reclamaciones como derechos del ciudadano y consumidor.
 - Valorar el trabajo en grupo como una herramienta apropiada para la gestión de quejas, sugerencias y reclamaciones.
 - Conocer completamente el proceso de atención al cliente.
 - Capacitarse para gestionar adecuadamente las solicitudes del cliente para proporcionar un servicio de atención telefónica eficaz.
 - Conocer las situaciones más comunes que encontraremos día a día en el servicio de atención telefónica al cliente.
 - Conocer el valor de las distintas herramientas estudiadas en el curso: feedback textual, escucha activa y asertividad.
 - Valorar el trabajo en grupo como una herramienta apropiada para la gestión de la atención telefónica al cliente.

• **Contenidos**

Unidad 1: La comunicación.

1. La comunicación.
 - 1.1. La comunicación y el ser humano.
2. Proceso de la comunicación.
 - 2.1. Las funciones del lenguaje.
3. La comunicación telefónica.
 - 3.1. ¿Qué decimos y cómo hablamos?
4. Normas generales ante el teléfono.
 - 4.1. Fases de la llamada telefónica.
 - 4.2. Gestión de distintas situaciones al teléfono.
5. La voz.
 - 5.1. Cuidados de la voz.

Unidad 2: La comunicación telefónica efectiva.

1. Fases de las llamadas.
 - 1.1. La sonrisa telefónica.
 - 1.2. La apertura.
 - 1.3. La gestión con el cliente.
 - 1.4. El cierre.
2. Escucha activa.
 - 2.1. ¿Qué implica la escucha activa?
 - 2.2. ¿Qué impide la escucha activa?
3. Las barreras comunicativas.

Unidad 3: La calidad del servicio.

1. Servicio de calidad a la ciudadanía.
 - 1.1. Calidad intrínseca.
 - 1.2. Sistemas de control.
 - 1.3. Normalización.
2. Concepto y características de la calidad del servicio.
 - 2.1. Beneficios.
 - 2.2. Principios de la gestión de la calidad.
 - 2.3. Objeto.
 - 2.4. Calidad y satisfacción de la clientela.
3. El/la ciudadano/a como persona.

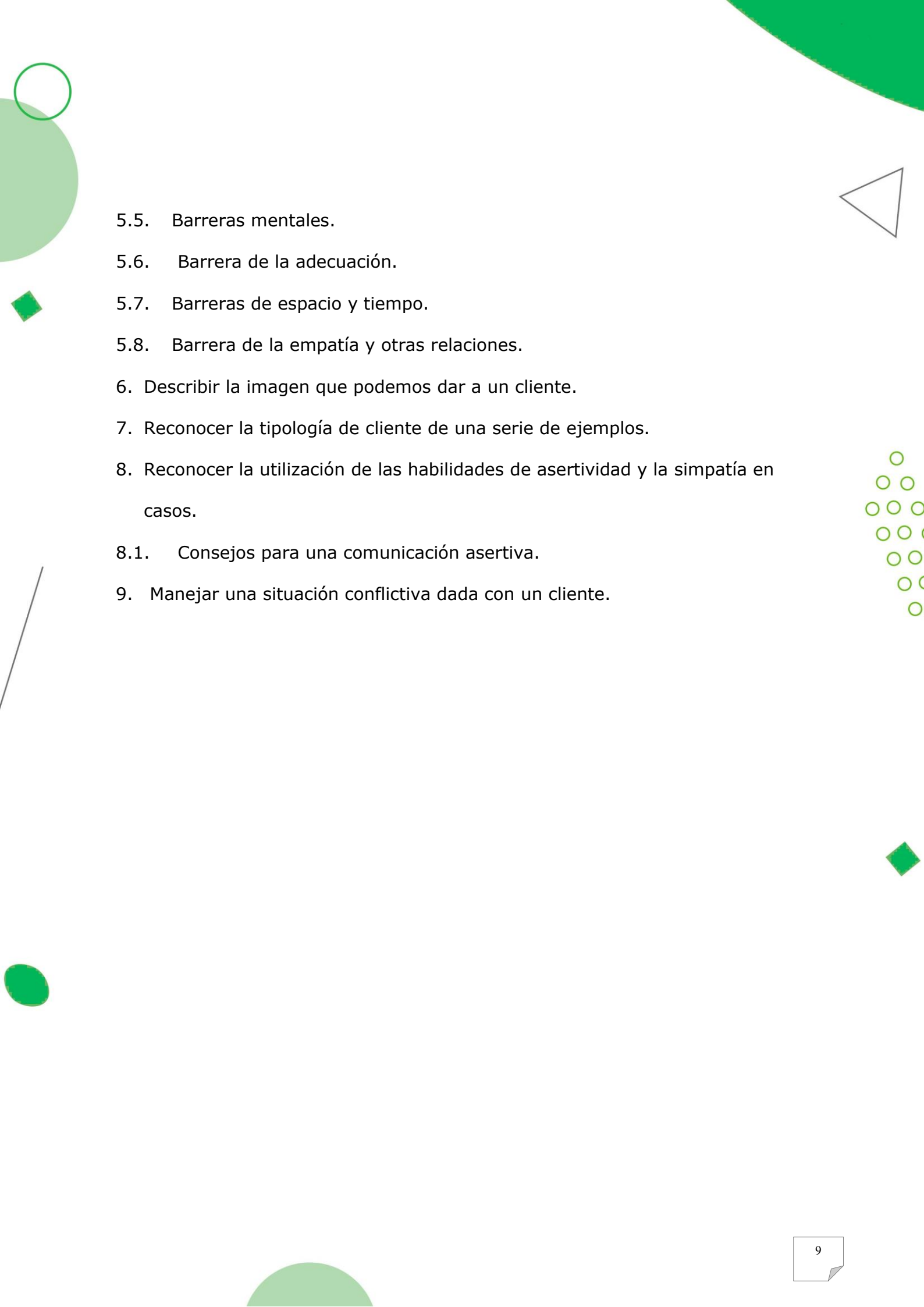
Unidad 4: Tratamiento de situaciones conflictivas.

1. Reclamaciones.
 - 1.1. Quejas y reclamaciones.
 - 1.2. Diferencias y consecuencias entre quejas y hojas de reclamaciones I.
 - 1.3. Diferencias y consecuencias entre quejas y hojas de reclamaciones II.
2. Desarrollo de reclamaciones.
 - 2.1. Fase 0: Designación de una unidad de gestión de quejas y sugerencias.
 - 2.2. Fase 1: Preparación de la unidad de quejas y sugerencias.
 - 2.3. Fase 2: Comunicación interna.
 - 2.4. Fase 3: Procedimiento de gestión de quejas y reclamaciones.
 - 2.5. Fase 4: Seguimiento de la gestión de quejas y sugerencias.
 - 2.6. Tramitación: procedimiento y consecuencias de las reclamaciones.
3. Respuesta a reclamaciones previas.

- 3.1. Resolución extrajudicial de reclamaciones: ventajas y procedimientos.
- 3.2. Clasificación de las sanciones.

Unidad 4: Contenidos prácticos.

- 1. Ejemplificar la actuación en torno a una situación real con el cliente.
- 2. Ilustrar las características y las tipologías de los clientes.
 - 2.1. El cliente enfadado.
 - 2.2. El cliente confundido.
 - 2.3. El cliente extranjero.
 - 2.4. El cliente sabiondo.
 - 2.5. El cliente agradecido.
- 3. Enunciar aquellos elementos fundamentales de la comunicación para establecer relaciones internas y externas en la organización.
 - 3.1. Conceptos básicos.
 - 3.2. Elementos de la comunicación.
 - 3.3. El análisis de la comunicación en la atención al cliente.
 - 3.4. La comunicación interna de la empresa.
 - 3.5. Claves para una comunicación interna eficaz.
- 4. Desarrollar la escucha activa dando feedback textual.
 - 4.1. El feedback textual.
- 5. Describir los tipos de barreras que existen en la comunicación.
 - 5.1. Ruido.
 - 5.2. Retorno insuficiente.
 - 5.3. Medio de comunicación adecuado I: Comunicación oral.
 - 5.4. Medio de comunicación adecuado II: Comunicación escrita.

- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 5.5. Barreras mentales.
 - 5.6. Barrera de la adecuación.
 - 5.7. Barreras de espacio y tiempo.
 - 5.8. Barrera de la empatía y otras relaciones.
 - 6. Describir la imagen que podemos dar a un cliente.
 - 7. Reconocer la tipología de cliente de una serie de ejemplos.
 - 8. Reconocer la utilización de las habilidades de asertividad y la simpatía en casos.
 - 8.1. Consejos para una comunicación asertiva.
 - 9. Manejar una situación conflictiva dada con un cliente.