

ONV1UF1425 Técnicas de información y atención al cliente / consumidor (60 horas)

Objetivos:

Recabar del cliente la información necesaria para las consultas y peticiones.

Emplear procedimientos eficientes de búsqueda de información para las consultas y peticiones del cliente, obteniendo información procedente de departamentos de la empresa, fuentes de soporte al Servicio de Atención al Cliente.

Manejar herramientas de gestión de la relación con el cliente (CRM).

Utilizar de forma correcta formularios de registro de información de consultas.

Adquirir procedimientos de actuación conforme a los requerimientos del sistema de información de una empresa.

Organizar y ejecutar diferentes técnicas de archivo y organización de registros manuales e informáticas según su contexto de aplicación y objetivos.

Emplear bases de datos para búsqueda, consulta y realización de operaciones sobre la información de clientes.

Aplicar procedimientos de protección de datos, así como adquirir conocimientos sobre la normativa vigente en dicha materia.

Planificar, realizar y exponer informes y presentaciones.

Conocer y analizar la psicología comercial y del cliente para poder mostrar comportamientos de acuerdo a sus necesidades y requerimientos, solucionar conflictos mejorando el nivel de servicio prestado y manejar la expresión de la imagen de empresa, marca y vendedor.

Adquirir o mejorar el uso de pautas de atención al cliente, comunicación en diferentes contextos y con distintos objetivos.

Emplear medios escritos y telemáticos para expresarse correctamente en las comunicaciones con el cliente.

Desarrollar habilidades sociales y comunicativas (escucha activa, feed back, claridad, concreción...) necesarias para una atención al cliente de calidad.

Adquirir o mejorar el empleo de procedimientos de comunicación oral, no verbal, escrita, telefónica y por vía telemática con el cliente.

Manejar actitudes de tratamiento protocolario y de calidad conforme a las necesidades del cliente.

Identificar los factores que inciden en la comunicación humana, y actuar teniendo en cuenta su influencia

Índice:

1.Gestión y tratamiento de la información del cliente/consumidor/usuario
1.1 Información del cliente:
1.1.1 Quejas.
1.1.2 Reclamaciones.
1.1.3 Cuestionarios de satisfacción.
1.2 Archivo y registro de la información del cliente:
1.2.1 Técnicas de archivo: naturaleza y finalidad del archivo.
1.2.2 Elaboración de ficheros.
1.3 Procedimientos de gestión y tratamiento de la información dentro de la empresa.
1.4 Bases de datos para el tratamiento de la información en el departamento de atención al cliente/consumidor/usuario.
1.4.1 Estructura y funciones de una base de datos.
1.4.2 Tipos de bases de datos.
1.4.3 Bases de datos documentales.
1.4.4 Utilización de bases de datos: búsqueda y recuperación de archivos y registros.
1.4.5 Grabación, modificación y borrado de información.
1.4.6 Consulta de información.
1.5 Normativa de protección de datos de bases de datos de clientes.
1.5.1 Procedimientos de protección de datos.
1.6 Confección y presentación de informes.
2.Técnicas de comunicación a clientes/consumidores/usuarios
2.1 Modelo de comunicación interpersonal:
2.1.1 Elementos: objetivos, sujetos y contenidos.
2.1.2 Sistemas de comunicación: evolución y

ONV1UF1425 Técnicas de información y atención al cliente / consumidor (60 horas)

desarrollo.2.1.3 Comunicación presencial y no presencial.2.2 Comunicación con una o varias personas: diferencias y dificultades2.3 Barreras y dificultades en la comunicación interpersonal presencial.2.4 Expresión verbal:2.4.1 Calidad de la información.2.4.2 Formas de presentación.2.4.3 Expresión oral: dicción y entonación.2.5 Comunicación no verbal2.5.1 Comunicación corporal.2.6 Empatía y asertividad:2.6.1 Principios básicos2.6.2 Escucha activa.2.7 Comunicación no presencial:2.7.1 Características y tipología.2.7.2 Barreras y dificultades: Modelos de comunicación telefónica.2.7.3 Expresión verbal a través del teléfono.2.7.4 Comunicación no verbal: La sonrisa telefónica2.7.5 Reglas de la comunicación telefónica.2.7.6 El mensaje y el lenguaje en la comunicación telefónica: El lenguaje positivo2.8 Comunicación escrita:2.8.1 Cartas.2.8.2 Faxes.2.8.3 Correo electrónico: elementos clave.2.8.4 Mensajería instantánea: características.2.8.5 Comunicación en las redes (Intranet/Internet).