

ONZ211094 MF1329_1 : Atención básica al cliente. COMT0211 - Actividades auxiliares de comercio - contenido online 3.1 (50 horas)

Objetivos:

- Aplicar técnicas de comunicación básica en distintas situaciones de atención y trato en función de distintos elementos, barreras, dificultades y alteraciones.
- Adoptar actitudes y comportamientos que proporcionen una atención efectiva y de calidad de servicio al cliente en situaciones sencillas de atención básica en el punto de venta.
- Aplicar técnicas de atención básica en distintas situaciones de demanda de información y solicitud de clientes.
- Adoptar pautas de comportamiento asertivo adaptándolas a situaciones de reclamaciones y/o solicitudes de clientes en el punto de venta o reparto a domicilio.

Índice:

Técnicas de comunicación con clientes

Introducción

Procesos de información y comunicación con clientes

Barreras en la comunicación con el cliente

Puntos fuertes y débiles en el proceso de comunicación

Elementos del proceso de comunicación efectiva

La escucha activa

Consecuencias de una comunicación no efectiva

Resumen

Técnicas de atención básica a clientes

Introducción

Tipología de clientes

Comunicación verbal y no verbal

Pautas de comportamiento

Estilos de respuesta en la interacción verbal: asertivo, agresivo y no asertivo

Técnicas de asertividad

La atención telefónica

Tratamiento de cada una de las situaciones de atención básica

El proceso de atención de las reclamaciones en el establecimiento comercial o en el reparto domiciliario

Pautas de comportamiento en el proceso de atención a las reclamaciones

Documentación de las reclamaciones e información que deben contener

Resumen

La calidad de servicio en la atención al cliente

Introducción

Concepto y origen de la calidad

La gestión de la calidad en las empresas comerciales

El control y el aseguramiento de la calidad

La retroalimentación del sistema

ONZ211094 MF1329_1 : Atención básica al cliente. COMT0211 - Actividades auxiliares de comercio - contenido online 3.1 (50 horas)

La satisfacción del cliente

La motivación personal y la excelencia empresarial

La reorganización según criterios de calidad

Las Normas ISO 9000

Resumen