



**TÍTULO:** Atención a la clientela

**DURACIÓN:** 57 H

## ■ OBJETIVOS

- Aplicar las técnicas de comunicación comercial en las operaciones de compraventa, a través de los diferentes canales de comercialización, atendiendo a los 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.

## ■ OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Describir las funciones básicas de un departamento comercial y/o facturación• Identificar los procedimientos de comunicación comercial en las operaciones de compraventa en organizaciones tipo
- Distinguir los canales de comunicación comerciales – páginas Web, convencionales, otros –, explicando sus características, ventajas e inconvenientes de utilización.
- Identificar los parámetros de calidad de servicio en los procedimientos de comunicación comercial con el cliente
- Identificar las fases de un proceso de venta y de atención al cliente
- Distinguir los tipos de motivaciones habituales del cliente ante la compra de diferentes tipos de productos y/o servicios
- Diferenciar correctamente las condiciones de venta que corresponden a un cliente según su clasificación comercial, o segmento de mercado.
- Distinguir las fases de un proceso postventa describiendo sus características básicas
- Identificar los productos y/o servicios que precisan necesariamente de un seguimiento y servicio postventa
- Valorar la importancia del servicio postventa en la gestión comercial de diferentes tipos de productos y/o servicios a través de supuestos prácticos o casos reales, describiendo las consecuencias de la inexistencia o mala utilización de dicho servicio
- Describir los métodos utilizados habitualmente en el control de calidad del servicio postventa
- Describir y explicar las técnicas e instrumentos básicos de fidelización de clientes
- Describir el proceso que debe seguir una reclamación
- Identificar la documentación utilizada para recoger una reclamación describiendo la información que debe contener



## ■ CONTENIDOS

- **Unidad de aprendizaje 1. Atención al cliente en las operaciones de compraventa**
  - Introducción
  - El departamento comercial
    - Funciones básicas
    - Identificación de necesidades y gustos del cliente: clasificación del cliente
  - Procedimiento de comunicación comercial
    - Elementos de la comunicación institucional
    - Fases del procedimiento
    - Soportes de la comunicación
    - Tratamiento hacia el cliente: léxico correcto, formulación adecuada de preguntas / respuestas y otras técnicas
  - Identificación del perfil psicológico de los distintos clientes
    - Aplicación de condiciones de venta
    - Transmisión de información comercial relevante según el tipo de cliente
    - Motivación
  - Relación con el cliente a través de distintos canales
    - Características
    - Ventajas e inconvenientes
    - Internet como canal de comunicación
  - Criterios de calidad en la atención al cliente: satisfacción del cliente
  - Aplicación de la confidencialidad en la atención al cliente
  - Puntos clave
- **Unidad de aprendizaje 2. Comunicación de información comercial en los procesos de compraventa**
  - Introducción
  - El proceso de compraventa como comunicación
    - Aspectos básicos: Identificación de la comunicación en la venta
    - Técnicas y medios de comunicación de la compra y la venta
    - Argumentación comercial
    - Tratamiento de objeciones
    - Comunicación de la información sobre los productos
  - La venta telefónica
    - La venta por catálogo
    - Televenta
    - Internet y otras formas
  - Puntos clave



- **Unidad de aprendizaje 3. Adaptación de la comunicación comercial al telemarketing**
  - Introducción
  - Aspectos básicos del Telemarketing
    - Conceptos: marketing, telemarketing, teleoperador, sectores empresariales del mercado y otros.
  - La operativa general del teleoperador
    - Conectar con el cliente
    - Motivación del teleoperador hacia la comunicación
    - Afianzar actitudes positivas del teleoperador
  - Técnicas de venta
    - Principales técnicas de venta comercial
    - Los guiones: planificar su existencia
    - La entrevista: necesidades de los clientes y el correcto uso de los productos
    - Elementos para el éxito de las distintas técnicas de venta
  - Cierre de la venta
    - Objeciones de los clientes: principales causas y actitudes
    - Minimizar las hostilidades de los clientes
    - Tipología de cierres de venta
  - Puntos clave
- **Unidad de aprendizaje 4. Tramitación en los servicios de postventa**
  - Introducción
  - Seguimiento comercial: concepto
  - Fidelización de la clientela
    - Instrumentos de fidelización: bonificaciones, tarjetas de puntos o de club, cupones descuento y otros
    - Finalidad
  - Identificación de quejas y reclamaciones
    - Concepto
    - Características
    - Tipología: presenciales y no presenciales
  - Procedimiento de reclamaciones y quejas
    - Recepción
    - Formulación documental
    - Resolución de dudas
  - Valoración de los parámetros de calidad del servicio y su importancia o consecuencias de su no existencia
  - Aplicación de la confidencialidad a la atención prestada en los servicios de postventa
  - Puntos clave



- **Unidad de aprendizaje 5. Técnicas de comunicación a clientes / consumidores**
  - Introducción
  - Modelo de comunicación interpersonal
    - Elementos: objetivos, sujetos y contenidos
    - Sistemas de comunicación: evolución y desarrollo
    - Comunicación presencial y no presencial
  - Comunicación con una o varias personas: diferencias y dificultades
  - Barreras y dificultades en la comunicación interpersonal presencial
  - Expresión verbal
    - Calidad de la información
    - Formas de presentación
    - Expresión oral: dicción y entonación
  - Comunicación no verbal
    - Comunicación corporal
  - Empatía y asertividad
    - Principios básicos
    - Escucha activa
  - Comunicación no presencial
    - Características y tipología
    - Barreras y dificultades: modelos de comunicación telefónica
    - Expresión verbal a través del teléfono
    - Comunicación no verbal: la sonrisa telefónica
    - Reglas de la comunicación telefónica
    - El mensaje y el lenguaje en la comunicación telefónica: el lenguaje positivo
  - Comunicación escrita
    - Cartas, faxes
    - Correo electrónico: elementos clave
    - Mensajería instantánea: características
    - Comunicación en las redes (intra/internet)
  - Puntos clave