



**TÍTULO:** Técnica de comunicación y atención al cliente/consumidor

**DURACIÓN:** 60 H

## ■ OBJETIVOS

- Aplicar técnicas de comunicación en situaciones de atención / asesoramiento al cliente.
- Aplicar técnicas de organización de la información, tanto manuales como informáticas.
- Manejar como usuario aplicaciones informáticas de control y seguimiento de clientes o base de datos y aplicar procedimientos que garanticen la integridad, seguridad, disponibilidad y confidencialidad de la información almacenada.

## ■ OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Definir los parámetros que caracterizan la atención adecuada a un cliente en función del canal de comunicación utilizado.
- Definir las técnicas más utilizadas de comunicación aplicables en situaciones de atención al cliente/consumidor/usuario a través de diferentes canales de comunicación.
- Describir las fases que componen el proceso de atención al cliente/consumidor/usuario a través de diferentes canales de comunicación.
- Relacionar los errores más habituales que se cometen en la comunicación no verbal.
- Describir la forma y actitud adecuada en la atención y asesoramiento a un cliente en función del canal de comunicación utilizado.
- A partir de la simulación de una situación de atención al cliente, convenientemente caracterizada.
- Identificar los elementos de la comunicación y analizar el comportamiento del cliente.
- Adaptar adecuadamente su actitud y discurso a la situación de la que se parte.
- Controlar la claridad y la precisión en la transmisión de la información.
- A partir de un supuesto de solicitud de información a un determinado organismo o departamento:
  - Elaborar el escrito que observe el tratamiento adecuado al organismo/empresa de forma clara y concisa en función de su finalidad.
- Dado un tema concreto para exponer:
  - Expresarlo de forma oral delante de un grupo o en una relación de comunicación en la que intervienen dos interlocutores.



- En una supuesta conversación telefónica con un cliente, convenientemente caracterizada:
  - o Identificarse e identificar al interlocutor observando las debidas normas de protocolo.
  - o Adaptar su actitud y conversación a la situación de la que se parte.
- Obtener, en su caso, la información histórica del cliente acudiendo a la herramienta de gestión de la relación con el cliente (CRM).
- Favorecer la comunicación con el empleo de las técnicas y actitudes apropiadas al desarrollo de la comunicación.
- Registrar la información relativa a la consulta en la herramienta de gestión de la relación con el cliente (CRM), en su caso.
- En una supuesta consulta recibida por correo electrónico o mensajería instantánea de un cliente se procede a contestar por este medio:
- Identificarse e identificar al destinatario observando las debidas normas de protocolo.
- Obtener, en su caso, la información histórica del cliente acudiendo a la herramienta de gestión de la relación con el cliente (CRM).
- Adaptar su actitud a la situación de la que se parte.
- Favorecer la comunicación escrita con el empleo de las técnicas y actitudes apropiadas al desarrollo de la misma.
- Registrar la información relativa a la consulta en la herramienta de gestión de la relación con el cliente (CRM), en su caso.
- Describir la finalidad de organizar la información y los objetivos que se persiguen.
- Explicar las técnicas de organización de información que se pueden aplicar en una empresa/organización.
- A partir de datos e información proporcionada aplicar las técnicas de archivo manuales más utilizadas.
- A partir de un supuesto práctico y mediante la aplicación de un programa informático para el tratamiento y organización de la información utilizar las funciones, procedimientos y utilidades elementales para el almacenamiento de datos.
- A partir de un supuesto convenientemente caracterizado registrar las incidencias, respuestas y reclamaciones producidas utilizando las herramientas manuales o informáticas proporcionadas.
- Identificar y explicar la función de una base de datos.
- Dado un supuesto, identificar los campos que serían necesarios contemplar en una base de datos.
- Identificar los aspectos principales en los que inciden, la legislación vigente en relación con la organización de datos de carácter personal (Ley Orgánica de Protección de Datos LOPD, Ley de Servicios de la Sociedad de la Información LSSI).
- Acceder a la información almacenada a través de los procedimientos definidos.



- A partir de supuestos prácticos, convenientemente definidos:
  - o Diseñar una base de datos / formularios sencillos, dados unos parámetros relacionados con información de clientes.
  - o Registrar información en la base de datos utilizando las funciones, procedimientos y herramientas que están a disposición del usuario.
  - o Complimentar formularios.
  - o Realizar copias de seguridad de la información introducida en la aplicación informática.
  - o Justificar la necesidad de conocer y utilizar periódicamente mecanismos o procedimientos de salvaguarda y protección de la información.

## ■ CONTENIDOS

- **Capítulo 1. Gestión y tratamiento de la información del cliente/consumidor**
  - o Información del cliente:
    - Quejas.
    - Reclamaciones.
    - Cuestionarios de satisfacción.
  - o Archivo y registro de la información del cliente:
    - Técnicas de archivo: naturaleza y finalidad del archivo.
  - o Elaboración de ficheros.
  - o Procedimientos de gestión y tratamiento de la información dentro de la empresa.
  - o Bases de datos para el tratamiento de la información en el departamento de atención al cliente / consumidor / usuario.
  - o Estructura y funciones de una base de datos.
  - o Tipos de bases de datos.
  - o Bases de datos documentales.
  - o Utilización de bases de datos: búsqueda y recuperación de archivos y registros.
  - o Grabación, modificación y borrado de información.
  - o Consulta de información.
  - o Normativa de protección de datos de bases de datos de clientes.
  - o Procedimientos de protección de datos.
  - o Confección y presentación de informes.
- **Capítulo 2. Técnicas de comunicación a clientes/consumidores**
  - o Modelo de comunicación interpersonal:
    - Elementos: objetivos, sujetos y contenidos.
    - Sistemas de comunicación: evolución y desarrollo.
    - Comunicación presencial y no presencial.
  - o Comunicación con una o varias personas: diferencias y dificultades.
  - o 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).