

Técnicas de información y atención al cliente/ consumidor

Código: 4237

Estos **Cursos** están compuestos por un pack de formación ideados para desarrollar **Formación Continua** en las modalidades “**a distancia**” y/u “**on line**”. Los contenidos de nuestros cursos, ajustados a los certificados de Profesionalidad, dan cobertura a un gran número de cualificaciones profesionales. Cada pack de formación se compone de: manual ó temario del alumno, cuaderno de anotaciones, prueba de evaluación y cuestionario de calidad y en su caso CD o DVD o claves para el acceso al aula virtual basada en la plataforma libre más conocida Moodle. Ofrecemos un servicio especializado de tutorías en las modalidades “**a distancia**” y “**on-line**”, por el que más de 100 profesionales cualificados gestionarán su curso formativo, tanto a nivel administrativo y docente, encargándose de:

1. **Tutor personal** por alumno.
2. **Gestión del envío** del temario o manual formativo.
3. **Seguimiento permanente del aprendizaje.**
4. **Resolución de dudas.**
5. **Emisión de un diploma** acreditativo

➤ **Modalidad: Distancia**

➤ **Duración: 75 horas**

➤ **Objetivos:**

Conocimiento general de la Atención al Cliente: procesos y herramientas. Preparar al alumno para desenvolverse adecuadamente en las tareas administrativas, organizacionales, jurídicas y comunicativas propias de la Atención al cliente.

➤ **Contenidos:**

Bloque 1. Gestión y tratamiento de la información del cliente/consumidor

Información del cliente

Quejas y reclamaciones.

Cuestionarios de satisfacción.

Archivo y registro de la información del cliente

Técnicas de archivo: naturaleza y finalidad del archivo.

Elaboración de ficheros.

Procedimientos de gestión y tratamiento de la información dentro de la empresa

La información y el profesional de la atención al cliente.

Memoria y apuntes en la gestión de información.

Las fuentes de información.

El impacto de Internet en la gestión de información.

Bases de datos para el tratamiento de la información en el departamento de atención al cliente/consumidor/usuario

Estructura y funciones de una base de datos.

Tipos de bases de datos.

Bases de datos documentales.
Utilización de bases de datos.

Normativa de protección de datos de bases de datos de clientes

La protección de datos. Normativa.
Nivel de protección.
Consecuencias del incumplimiento de la LOPD.
Implicaciones en las relaciones con clientes.

Confección y presentación de informes

El informe.
Estructura del informe.
Consideraciones de la presentación.
Tipos de informe.

Bloque 2. Técnicas de comunicación a clientes/consumidores

Modelo de comunicación interpersonal

¿Qué es la comunicación?
Elementos: objetivos, sujetos y contenidos.
Sistemas de comunicación: evolución y desarrollo.
Comunicación presencial y no presencial.
Habilidades para una buena comunicación.

Comunicación con una o varias personas

Niveles de la comunicación.
Diferencias entre la comunicación con una persona y la comunicación con más de una persona.
Roles en la comunicación con más de una persona.
Direcciones de la comunicación.

Barreras y dificultades en la comunicación interpersonal presencial

Generalidades de las barreras de comunicación y sus soluciones.
Categorías de barreras.
Notas generales que ayudan a superar las barreras: calidad de la conversación.

Expresión verbal

El lenguaje.
Calidad de la información
Funciones del lenguaje.
Formas de presentación.
Entonación y dicción.

Comunicación no verbal

La comunicación no verbal.
La kinesia.
Comunicación corporal.
La paralingüística.
La proxémica.
Indumentaria.

Empatía y asertividad

Empatía y asertividad. Principios básicos.
Empatía.
Asertividad.
Escucha activa.

Comunicación no presencial

Características y tipología.
Elementos y fases de una conversación telefónica.
Barreras y dificultades: modelos de comunicación telefónica.
Expresión verbal a través del teléfono.
Comunicación no verbal: la sonrisa telefónica.
Reglas de comunicación telefónica.
Actitudes positivas y negativas en el trato telefónico.
El mensaje y el lenguaje en la comunicación telefónica: el lenguaje positivo.

La comunicación escrita

Cartas. Faxes.
Correo electrónico.
Mensajería instantánea.
Internet/ Intranet.