

CALIDAD DE SERVICIO EN LA ATENCIÓN A LA CLIENTELA



Presentación

“El 55% de las personas consumidoras están dispuestas a pagar más si ello garantiza una buena atención y asesoramiento”.

Si la clientela percibe que se le brinda una buena atención y un buen servicio, ésta quedará satisfecha y lo divulgará a familiares y a sus amistades, lográndose así incrementar las visitas, las ventas y la rentabilidad del negocio.

La Calidad de Servicio en la Atención al/la Cliente se refiere al modo en el que la empresa a través de sus empleados/as, presta servicio a la clientela mediante interacciones con ella, es decir, el modo de hacer sentir al cliente o a la clienta una experiencia satisfactoria que haga que nos recuerde.

En el servicio destinado a los y las clientes se incluyen los bienes y servicios como productos, los procedimientos, la infraestructura y los equipos, la información y los recursos humanos.

Este curso muestra los fundamentos para una atención óptima a nuestra clientela a través de distintos canales, su importancia para la empresa, comunicar con ella de forma efectiva, tratarle según su rol, atender a sus quejas y fomentar el desarrollo de habilidades en las personas participantes.

Objetivos

- Aprender las características que debe reunir un servicio para ser considerado de calidad.
- Explicar los distintos estilos de comunicación de los profesionales, indicando aquellos aspectos de corrección y mejora.
- Desarrollar habilidades para poder empatizar y comunicar de forma asertiva.
- Clasificar a los y las clientes según distintos criterios para mostrar la actitud óptima para una mejor atención.
- Adquirir habilidades con el uso eficaz y eficiente del teléfono, logrando transmitir la imagen de profesionalidad.
- Saber las pautas para manejar situaciones conflictivas con los clientes y las clientas difíciles, quejas y hostilidades.

Dirigido a

Todas aquellas personas interesadas en adquirir formación y las competencias necesarias para desarrollar actividades de atención y servicio a la clientela en múltiples sectores, teniendo cabida diversidad de profesionales, desde vendedores/as, recepcionistas, personal administrativo, personal prestatario de servicios, etc.

MÓDULO 1. EL SERVICIO Y LA FIDELIZACIÓN DE LA CLIENTELA

1) Gestión de la Calidad del Servicio

- a) ¿Qué es la calidad?
- b) Evolución del concepto de calidad
- c) ¿Quién mide la calidad?
- d) Expectativas de calidad en la clientela
- e) Dimensiones de la calidad
- f) El servicio y sus características
- g) Servicio material y servicio personal
- h) Requisitos para dar un servicio de calidad

2) Importancia de la Fidelización de la clientela

- a) Concepto de fidelización
- b) Estrategias de fidelización según los y las clientes
- c) Ventajas de fidelizar clientes
- d) Reflexiones a tener en cuenta

3) El servicio posventa

- a) ¿Qué es el Servicio Posventa?
- b) ¿Cuál es su importancia?
- c) Principales incidencias
- d) Tratamiento con un buen servicio

MÓDULO 2. LA COMUNICACIÓN CON LA CLIENTELA

4) El proceso de la comunicación

- a) Concepto de comunicación: esquema de Shannon
- b) El feedback o retroalimentación: ventajas
- c) Obtención de feedback en la clientela
- d) Barreras en la comunicación: físicas, fisiológicas y psicológicas

5) Utilización del lenguaje con el/la cliente

- a) El lenguaje negativo: palabras/expresiones a evitar
- b) El lenguaje positivo: pautas para utilizarlo
- c) Importancia del lenguaje no verbal
- d) La mirada y la expresión facial
- e) Posturas
- f) Distancia corporal

6) Habilidades para comunicar

- a) Por qué preguntarle a la clientela
- b) Formas de preguntar
- c) La escucha activa
- d) ¿Cómo empatizar con mis clientes?
- e) Ser asertivo/a y técnicas para conseguirlo
- f) Estilos de comunicación del/la profesional

MÓDULO 3. DISTINTOS/AS CLIENTES, DISTINTOS TRATAMIENTOS

7) Secuencia para atender a la clientela

- a) Presentación
- b) Atención/comprensión
- c) Solución/despida
- d) Reglas de oro en la atención a la clientela

8) Roles del/la cliente. Actitudes a tomar

- a) Cliente tímido/a
- b) Cliente reflexivo/a
- c) Cliente charlatán/a
- d) Cliente indeciso/a
- e) Cliente sabelotodo
- f) Cliente dominante
- g) Cliente paternalista

MÓDULO 4. ATENCIÓN Y GESTIÓN TELEFÓNICA

9) La toma de contacto por teléfono

- a) La voz en la atención telefónica: elementos a considerar
- b) Precontacto comercial
- c) Toma de contacto y descubierta de necesidades
- d) Formas de informar y argumentar al/la cliente

10) Emisión y recepción de llamadas

- a) Emisión: aspectos a tener en cuenta
- b) Protocolo en emisión
- c) Recepción: aspectos a tener en cuenta
- d) Protocolo de recepción

11) Acciones en la utilización del teléfono

- a) ¿Cómo transferir llamadas?
- b) Realización de filtros telefónicos
- c) Importancia de la toma de notas
- d) El argumentario

MÓDULO 5. TRATAMIENTO DE QUEJAS

12) ¿Qué es una queja?

- a) Concepto de queja
- b) Motivos por los que se queja un o una cliente
- c) Perfil del/la cliente que se queja
- d) Perfil del/la cliente que no se queja

13) ¿Cómo tratar una queja?

- a) La progresividad de la queja
- b) Actitud para afrontarla
- c) Pasos a seguir para tratarla
- d) Acciones para recuperar la confianza de la clientela

14) El o la cliente hostil

- a) Comportamiento de la clientela hostil
- b) Tratamiento de la hostilidad
- c) La curva de la hostilidad: análisis de las fases

MÓDULO 6. CANALES DE ATENCIÓN AL/LA CLIENTE ONLINE

15) Claves en la atención al/la cliente online

- a) Una buena estrategia
- b) Identificar motivos de la queja
- c) Proceso de gestión de la queja
- d) Datos de la queja = “Oro puro”

16) Herramientas síncronas

- a) Comunicación sincrónica
- b) El chat online
- c) Skype
- d) Telegram
- e) WhatsApp
- f) Webinar
- g) Nosotros/as te llamamos
- h) Google+ Hangouts

17) Herramientas asíncronas

- a) Comunicación asincrónica
- b) Redes sociales
- c) Correo electrónico
- d) Formulario de contacto
- e) Gestores

TELEFORMACIÓN

Modalidad y duración

- **25 horas** de duración
- Plataforma, contenidos y sistema tutorial adaptado a Bonificaciones de Fundae con acceso a:
 - Contenido Multimedia
 - Videotutoriales
 - Recursos Adicionales
 - Foros de Debate
 - Tutorías por Aula Virtual
 - Pruebas de evaluación

Fechas

Del 7 marzo al 16 mayo de 2023

El tutor

Julio Alba Fernández

- Consultor y formador en el área Comercial y Marketing. Inició su carrera profesional en diversas empresas nacionales y multinacionales.
- Como formador ha trabajado en compañías de consultoría, formación y escuelas de negocio diversas en las que ha impartido formación In Company durante más de 20 años a variedad de empresas en el área Comercial y de Atención al/la Cliente
- Profesor titular durante varios años en el Grado en Dirección Comercial y Marketing de varias Escuelas de Negocios, donde imparte varias asignaturas.
- Profesor colaborador de la Cámara de Comercio, Industria y Servicios de Madrid.



PRESUPUESTO		
Hasta 9 alumnos/as	De 10 a 25 alumnos/as	De 26 en adelante
187,5 €/persona	175 €/persona	150 €/persona
(7,5 €/h/persona)	(7 €/h/persona)	(6 €/h/persona)

Este curso es 100 % bonificable ante Fundae. Desde BAI ofrecemos realizar la gestión sin coste adicional para la empresa.