

# Especialista en atención al cliente

Especialista en atención al cliente – MBSEAC

- **200 horas**
- **495€**
- **¿Qué vas a aprender?**
  - Favorecer la captación y fidelización de clientes a través de una política de atención al cliente adecuada, antes, durante y después de la venta
  - Mejorar tus técnicas de venta y adquirir nuevas capacidades de captación de clientes
  - Atender quejas y reclamaciones, minimizando el impacto negativo para el negocio

## TEMARIO

### ATENCIÓN AL CLIENTE

1. LA ATENCIÓN AL CLIENTE
  - 1.1. Definición de atención al cliente
  - 1.2. El servicio al cliente
  - 1.3. Principios de la atención al cliente
  - 1.4. Protagonistas de la atención al cliente
  - 1.5. Planificación de la atención al cliente



- 1.6. Organización de la atención al cliente
- 1.7. Gestión de la calidad en la atención al cliente
- 1.8. El servilismo
- 1.9. El tiempo y la atención al cliente
- 1.10. Quejas y reclamaciones

## 2. EL TRATO CON EL CLIENTE

- 2.1. Actitudes positivas
- 2.2. Potencial
- 2.3. Cualificación
- 2.4. Formación
- 2.5. Motivación
- 2.6. Cómo conseguir clientes satisfechos

## 3. EL TRABAJO EN EQUIPO

- 3.1. El trabajo en equipo
- 3.2. El clima grupal
- 3.3. Un grupo y un equipo

## 4. LOS CLIENTES

- 4.1. Tipos de clientes
- 4.2. Situaciones difíciles

## 5. TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN

- 5.1. La comunicación y el servicio al cliente
- 5.2. Los elementos del proceso de comunicación
- 5.3. Habilidades en la comunicación
- 5.4. Normas básicas en el uso del lenguaje
- 5.5. El lenguaje verbal



5.6. El lenguaje no verbal

5.7. Las barreras de comunicación

## 6. EL PROCESO DE VENTA

6.1. La venta

6.2. Análisis de los componentes de venta

6.3. Etapas de la venta

## 7. LA CALIDAD DEL SERVICIO

7.1. ¿Qué es calidad?

7.2. La evolución de la calidad

7.3. Sistemas de calidad en el servicio

7.4. La calidad diferencial y la segmentación de clientes

7.5. El cliente interno

7.6. La orientación al cliente

7.7. Los costes y la calidad de atención al cliente

7.8. La satisfacción del cliente

7.9. Necesidades y aspiraciones del cliente

## **CALIDAD EN EL SERVICIO AL CLIENTE**

### 1. CONCEPTOS BÁSICOS

1.1. Calidad

1.2. Servicio

1.3. El cliente

### 2. ESTRATEGIAS DE SERVICIOS

2.1. Empresas de servicios



2.2. Estrategias de servicio

2.3. Comunicación del servicio

### 3. GESTIÓN DE LA CALIDAD EN EL SERVICIO

3.1. Normas de calidad en el servicio

3.2. Gestión total de la calidad (GTC)

3.3. Hacerlo bien a la primera y caza de errores

3.4. Poner en marcha un programa de calidad

### 4. MEDIR LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

4.1. Calidad ofrecida versus calidad percibida

4.2. Nivel de satisfacción

4.3. Indicadores de la satisfacción del consumidor

4.4. Métodos de medición del nivel de satisfacción

## **SERVICIO POSTVENTA**

### 1. SERVICIO AL CLIENTE

1.1. Introducción

1.2. Calidad del servicio

1.3. Nivel de satisfacción del cliente

1.4. Servicio al cliente

1.5. Planificación de la atención al cliente

1.6. Organización de la atención al cliente

1.7. Gestionar la calidad en el servicio

### 2. SERVICIO POSTVENTA

2.1. Importancia del servicio postventa



- 2.2. Solución de problemas
- 2.3. Tipos de seguimiento
- 2.4. Diferenciación de la oferta en servicios
- 2.5. Promover la diferencia
- 2.6. Servicio postventa
- 2.7. Fidelización de clientes
- 2.8. Gestión de clientes: CRM
- 2.9. Gestión de quejas y reclamaciones

## **ATENCIÓN DE QUEJAS Y RECLAMACIONES**

### **1. CALIDAD Y SERVICIO**

- 1.1. Introducción
- 1.2. La importancia de la calidad del servicio
- 1.3. Estrategia de servicio para los servicios
- 1.4. Comunicación del servicio
- 1.5. Caza de errores: a la conquista de cero defectos

### **2. COMUNICACIÓN EN LA EMPRESA**

- 2.1. Introducción
- 2.2. El proceso de comunicación
- 2.3. Barreras y dificultades en la comunicación
- 2.4. La importancia del feed-back en la relación con los clientes
- 2.5. Cómo comunicar eficazmente
- 2.6. El lenguaje verbal
- 2.7. La escucha activa
- 2.8. Inteligencia emocional, asertividad y empatía



### 3. LAS QUEJAS Y RECLAMACIONES

#### 3.1. Introducción

#### 3.2. Recursos para atender las reclamaciones

#### 3.3. Las reclamaciones son una oportunidad

#### 3.4. Cómo actuar ante una reclamación

#### 3.5. Reacciones del personal

#### 3.6. Tratamiento de las reclamaciones por teléfono

### 4. HOJAS DE RECLAMACIONES

#### 4.1. Hojas de reclamaciones

#### 4.2. Tramitación de las reclamaciones

#### 4.3. Sistema Arbitral de Consumo

