



# Atención telefónica a clientes y tratamiento de situaciones conflictivas

**Sku:** PD235

**Horas:** 20

**Formato:** HTML

## OBJETIVOS

- **Objetivo General** • Utilizar las técnicas de comunicación telefónica, tanto a nivel de emisor como de receptor y gestionar de una manera rápida y eficaz las necesidades de los clientes.

**Objetivos Específicos** • Conocer las estrategias básicas para ofrecer un servicio de calidad al cliente. • Conocer los distintos elementos que implica el proceso de comunicación. • Ser consciente de la importancia de la comunicación en el servicio con la finalidad de satisfacer al consumidor y a los empleados que prestan el servicio. • Aprender las estrategias idóneas para una correcta atención al cliente. • Saber la importancia de la calidad en el servicio y las exigencias del cliente. • Conocer las distintas estrategias necesarias para gestionar adecuadamente las llamadas telefónicas. • Conocer las técnicas necesarias para proporcionar un servicio de atención al cliente, de modo que este sienta sus necesidades y expectativas satisfechas. • Conocer los fundamentos de PRL asociados a su función como teleoperadores. • Conocer los conceptos de sonrisa telefónica y escucha activa y valorarlos como recursos fundamentales en la gestión telefónica a clientes. • Comprender las actitudes con que los clientes acuden a los servicios de atención telefónica para poder ofrecer una ayuda eficaz. • Desarrollar la capacidad de responder a las solicitudes de los clientes con eficacia. • Conocer las distintas barreras comunicativas más frecuentes al teléfono para desarrollar estrategias adecuadas de gestión telefónica. • Conocer los distintos pasos que diferencian la atención telefónica a clientes de calidad. • Conocer el concepto de calidad, gestión y control de la calidad como parte del proceso de producción o prestación de servicios. • Capacitarse para aplicar los parámetros de un plan de gestión de la calidad para la mejora en la atención al cliente. • Reconocer los beneficios en cuanto a competitividad que aporta la aplicación de un plan de calidad en la empresa. • Conocer los documentos que rigen la normativa de calificación de calidad. • Distinguir los conceptos de ciudadano/a y persona para conseguir una mejor atención al cliente. • Conocer el proceso reclamación, queja y sugerencia para una adecuada gestión de cada una de ellas. • Capacitarse para gestionar adecuadamente las distintas quejas, reclamaciones y sugerencias como responsables de atención telefónica de la empresa. • Reconocer el valor de la información que nos aportan quejas, reclamaciones y sugerencias como oportunidades de negocio. •

Conocer el valor legal de quejas y reclamaciones como derechos del ciudadano y consumidor. • Valorar el trabajo en grupo como una herramienta apropiada para la gestión de quejas, sugerencias y reclamaciones. • Conocer completamente el proceso de atención al cliente. • Capacitarse para gestionar adecuadamente las solicitudes del cliente para proporcionar un servicio de atención telefónica eficaz. • Conocer las situaciones más comunes que encontraremos día a día en el servicio de atención telefónica al cliente. • Conocer el valor de las distintas herramientas estudiadas en el curso: feedback textual, escucha activa y asertividad. • Valorar el trabajo en grupo como una herramienta apropiada para la gestión de la atención telefónica al cliente.

## CONTENIDOS

**1. La comunicación.** 1.1 La comunicación 1.2 El proceso de la comunicación. 1.3 La comunicación telefónica. 1.4 Normas generales ante el teléfono. 1.5 La voz. **2. La comunicación telefónica efectiva.** 2.1 Fases de la llamada. 2.2 Escucha activa. 2.3 Las barreras comunicativas. **3. La calidad del servicio.** 3.1 Servicio de calidad a la ciudadanía. 3.2 Concepto y características de la calidad del servicio. 3.3 El ciudadano como persona. **4. Tratamiento de situaciones conflictivas.** 4.1 Reclamaciones. 4.2 Desarrollo de reclamaciones. 4.3 Respuesta a reclamaciones previas. **5. Contenidos prácticos.** 5.1 Ejemplificar la actuación en torno a una situación real con el cliente. 5.2 Ilustrar las características y las tipologías de los clientes. 5.3 Enunciar aquellos elementos fundamentales de la comunicación para establecer relaciones internas y externas en la organización. 5.4 Desarrollar la escucha activa dando feedback textual. 5.5 Describir los tipos de barreras que existen en la comunicación. 5.6 Describir la imagen que podemos dar a un cliente. 5.7 Reconocer la tipología de cliente de una serie de ejemplos. 5.8 Reconocer la utilización de las habilidades de asertividad y la simpatía en casos. 5.9 Manejar una situación conflictiva dada con un cliente.