



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.