



HOTR01. Atención al cliente en hostelería

Sku: PD_HOTR01

Horas: 60

Formato: HTML

OBJETIVOS

- **Objetivo General**

- Atender a los clientes en el entorno de la hostelería, realizando una correcta recepción de los mismos mediante la aplicación de las técnicas de atención y comunicación según el tipo de cliente y el tipo de demanda de información o reclamación efectuada, así como gestionar los programas de fidelización y evaluación después de la realización del servicio.

- **Objetivos Específicos**

- Capacitar al alumnado para desarrollar todas las técnicas necesarias para llevar a cabo un correcto contacto estrecho con el cliente favoreciendo el desarrollo de competencias y habilidades a cerca de la comunicación y la correcta atención al consumidor.
- Procesar los métodos de acogida, despedida y atención al cliente identificando las fases y factores primordiales para conseguir su satisfacción.
- Aplicar las diferentes técnicas de comunicación en el servicio con atención y amabilidad, procurando cubrir sus hábitos, gustos y necesidades de información, conociendo las etapas y los factores claves para conseguir su complacencia.
- Establecer un correcto contacto inmediato con el cliente: aspectos lingüísticos, imagen, apariencia personal, lenguaje corporal.
- Argumentar la necesidad de atender a los futuros clientes con cortesía y elegancia, potenciando la buena imagen de la entidad que presta el servicio.
- Fomentar la empatía y asertividad como fundamento para la detección de las necesidades del cliente.
- Asimilar normas básicas de trabajo y procedimientos a seguir relativos al trato con el cliente.
- Conocer en qué consiste la atención al cliente hostelero.
- Comprender los factores económicos que rigen la atención al cliente.
- Saber cuáles son las fases de la atención al cliente.
- Tener claro qué es atención y qué es servicio.
- Conocer cuáles son los errores que hay que evitar.

- Conocer las fórmulas para orientarse al cliente.
- Entender la envergadura de la comunicación con el usuario y del servicio de calidad.
- Entrenar las capacidades sociales y la inteligencia emocional en las relaciones con clientes.
- Lograr superar quejas y reclamaciones para fidelizar clientes.
- Distinguir los diferentes clientes y sus necesidades para saber responder según su tipología.
- Planificar, organizar y gestionar todos los pasos a tener en cuenta ante una reclamación.
- Asimilar la envergadura de la gestión efectiva de las reclamaciones del usuario.
- Desarrollar las pautas efectivas en la gestión de los problemas con el fin de resolverlos de manera adecuada.
- Disponer de buenas prácticas en cuanto a salvaguardar los derechos de los consumidores y usuarios.

CONTENIDOS

- **Unidad 1: Técnicas de atención al cliente en el sector hostelero.**
 - Identificación de los conocimientos verbales y no verbales en la atención al cliente en hostelería.
 - Introducción al sector hostelero.
 - Sectores de la restauración.
 - Factores significativos en la atención al cliente en actividades de servicio de ocio y turismo I.
 - Factores importantes en la atención al cliente en actividades de servicio de ocio y turismo II.
 - Actitudes personales en la atención al cliente.
 - Comunicación verbal: mensajes facilitadores.
 - El lenguaje y el vocabulario.
 - Comunicación no verbal: kinésica, proxémica, icónica I.
 - Comunicación no verbal: kinésica, proxémica, icónica II.
 - Comunicación paraverbal.
 - Diferencia de las técnicas de comunicación con el cliente en hostelería.
 - Componentes de la comunicación: emisor, mensaje, receptor, canal y código I.
 - Elementos de la comunicación: emisor, mensaje, receptor, canal y código II.
 - Elementos de la comunicación: emisor, mensaje, receptor, canal y código III.
 - Elementos de la comunicación: emisor, mensaje, receptor, canal y código IV.
 - Impedimentos de la comunicación: semánticas o lingüísticas, psicológicas y actitudinales, fisiológicas y otras barreras I.
 - Barreras de la comunicación: semánticas o lingüísticas, psicológicas y actitudinales, fisiológicas y otros obstáculos II.

- Barreras de la comunicación: semánticas o lingüísticas, psicológicas y actitudinales, fisiológicas y otras barreras III.
 - Barreras de la comunicación: semánticas o lingüísticas, psicológicas y actitudinales, fisiológicas y otras barreras IV.
 - Estilos de comunicación: agresivo, pasivo, asertivo I.
 - Estilos de comunicación: agresivo, pasivo, asertivo II.
 - Estilos de comunicación: agresivo, pasivo, asertivo III.
- Aspectos a tener en cuenta en la atención eficaz al cliente en el sector hostelero.
 - Componentes fundamentales de la Inteligencia emocional.
 - Contacto directo con el consumidor: aspectos lingüísticos, imagen, apariencia personal, lenguaje corporal I.
 - Contacto directo con el cliente: aspectos lingüísticos, imagen, apariencia personal, lenguaje corporal II.
 - Contacto indirecto con el cliente: aspectos lingüísticos, imagen, apariencia personal, lenguaje corporal III.
 - Contacto no directo con el cliente: telefónico, escrito, webs, redes sociales I.
 - Contacto no directo con el cliente I: telefónico, escrito, webs, redes sociales II.
 - Contacto no directo con el cliente I: telefónico, escrito, webs, redes sociales III.
 - Importancia de la tríada conocimientos, capacidades y actitud en la atención al cliente hostelero.
 - Válvulas de Escape Neurotransmisores I.
 - Válvulas de Escape Neurotransmisores II.
- **Unidad 2: Fases de la atención al usuario en hostelería.**
 - Desarrollo de las fases en la atención al usuario en hostelería.
 - Acogida, información, objeciones, despedida, post-venta I.
 - Recibimiento, información, objeciones, despedida, post-venta II.
 - Acogida, información, objeciones, despedida, post-venta III.
 - Acogida, información, objeciones, despedida, post-venta IV.
 - Acogida, información, objeciones, despedida, post-venta V.
 - Aplicación de la técnica de AIDA en hostelería.
 - Aplicación del decálogo de las pautas fundamentales en la atención eficaz al cliente.
 - Captar la atención del cliente
 - Dar la bienvenida al cliente con amabilidad y cortesía.
 - Capacidad de escucha.
 - Dominio del lenguaje verbal.
 - Dominio del lenguaje no verbal.
 - Utilización de la sonrisa.
 - Mantenimiento reiterado de una actitud de servicio.
 - Resolución inmediata de conflictos.
 - Cumplimiento de compromisos.
 - Identificación de los tipos de clientes en hostelería basados en sus actitudes y conducta.
 - Cliente lento, indiferente o distraído, reservado.

- Cliente dominante, indeciso, vanidoso, impulsivo.
 - Cliente desconfiado, preciso, locuaz.
 - Otros clientes.
- Aplicación de programas de fidelización y evaluación.
 - Fidelización del cliente en hostelería.
 - Ventas sustitutivas y ventas cruzadas en hostelería I.
 - Ventas alternativas y ventas cruzadas en hostelería II.
 - Técnicas de evaluación en el sector hostelero: evaluación de calidad, encuestas de evaluación, plataformas de evaluación/valoración online I.
 - Técnicas de evaluación en hostelería: evaluación de calidad, encuestas de evaluación, plataformas de evaluación/valoración online II.
- **Unidad 3: Gestión de reclamaciones en hostelería y resolución de problemas.**
 - Identificar diferentes tipos de reclamaciones o situaciones de conflicto.
 - Diferencias entre sugerencias, quejas y demandas I.
 - Diferenciación entre sugerencias, quejas y reclamaciones II.
 - Diferenciación entre sugerencias, quejas y reclamaciones III.
 - Diferenciación entre sugerencias, quejas y reclamaciones IV.
 - Diferenciación entre sugerencias, quejas y reclamaciones V.
 - Reclamaciones y sugerencias más usuales en hostelería: restauración y servicios de alojamiento I.
 - Reclamaciones y/o quejas más usuales en hostelería: restauración y servicios de alojamiento II.
 - Reclamaciones y/o quejas más usuales en hostelería: restauración y servicios de alojamiento III.
 - Pasos importantes en la resolución de reclamaciones y conflictos.
 - Capacidades sociales para resolver conflictos: impresión del cliente, manejo de emociones, escucha activa, empatía, asertividad I.
 - Habilidades sociales para la resolución de conflictos: percepción del cliente, manejo de emociones, escucha activa, empatía, asertividad II.
 - Habilidades sociales para la resolución de conflictos: percepción del cliente, aplicación de emociones, escucha activa, empatía, asertividad III.
 - Habilidades sociales para la resolución de conflictos percepción del cliente, manejo de emociones, escucha activa, empatía, asertividad IV.
 - Habilidades sociales para la resolución de conflictos. Percepción del cliente, manejo de emociones, escucha activa, empatía, asertividad V.
 - Convertir dificultades en oportunidades I.
 - Convertir problemas en oportunidades II.
 - Convertir problemas en oportunidades III.
 - Convertir dificultades en oportunidades IV.
 - Convertir dificultades en oportunidades V.
 - Aprender de la experiencia I.
 - Aprender de la experiencia II.
 - Aprender de la destreza III.
 - Aprender de la experiencia IV.
 - Normativa existente respecto al amparo de los consumidores y usuarios.

- Normativa de la UE respecto a la seguridad de los consumidores y usuarios I.
- Normativa de la UE respecto a la protección de los consumidores y clientes II.
- Normativa de la UE respecto a la protección de los clientes y usuarios III.
- Normativa de la UE respecto a la protección de los consumidores y usuarios IV.
- Normativa de la UE respecto al amparo de los consumidores y usuarios V.
- Normativa de la UE respecto a la protección de los consumidores y usuarios VI.
- Normativa de la UE respecto a la protección de los consumidores y usuarios VI.
- Normativa de la UE respecto a la protección de los consumidores y usuarios VIII.
- Reglas aplicables en España respecto a la protección de los clientes y usuarios I.
- Normativa aplicable en España respecto al cuidado de los consumidores y usuarios II.