



(UF0349) Atención al cliente en el proceso comercial

Sku: PD11

Horas: 40

Formato: HTML

OBJETIVOS

Objetivo General

- Capacitar al alumno para la aplicación de técnicas de comunicación comercial en las operaciones de compraventa, a través de los diferentes canales de comercialización, atendiendo a criterios de calidad de servicio de atención al cliente.
- Efectuar los procesos de recogida, canalización y/o resolución de reclamaciones, y seguimiento de clientes en los servicios postventa.

Objetivos Específicos

- Describir las funciones básicas en un departamento comercial y/o facturación.
- Identificar los procedimientos de comunicación comercial en las operaciones de compraventa en organizaciones tipo.
- Distinguir los canales de comunicación comerciales, páginas Web, convencionales, otros, explicando sus características, ventajas e inconvenientes de utilización.
- Identificar los parámetros de calidad de servicio en los procedimientos de comunicación comercial con el cliente.
- Identificar las fases de un proceso de venta y de atención al cliente.
- Distinguir los tipos de motivaciones habituales del cliente ante la compra de diferentes tipos de productos y/o servicios.
- Transmitir la información con claridad, de manera ordenada y precisa, de forma presencial o telefónica.
- Realizar un guión, entrevista de venta telefónica.
- Conocer y rebatir las objeciones del cliente, minimizando las hostilidades del cliente.
- Distinguir las fases de un proceso postventa describiendo sus características básicas.
- Identificar los productos y/o servicios que precisan necesariamente de un seguimiento y servicio postventa
- Describir el proceso que debe seguir una reclamación.
- Identificar la documentación utilizada para recoger una reclamación describiendo la información que debe contener.

CONTENIDOS

Unidad 1: Atención al Cliente y Comunicación en las Operaciones de Compraventa

- **Atención al cliente en las operaciones de compraventa.**
 - El departamento comercial: Funciones básicas.
 - El departamento comercial: Identificación de necesidades y gustos del cliente.
 - Clasificación del cliente.
 - Procedimiento de comunicación comercial.
 - Elementos de comunicación institucional y fases del procedimiento.
 - Soportes de comunicación.
 - Identificación del perfil psicológico de los distintos clientes.
 - Aplicaciones de condiciones de venta.
 - Transmisión de información comercial relevante según el tipo de cliente.
 - Motivación.
 - Relación con el cliente a través de distintos canales.
 - Características.
 - Ventajas e inconvenientes.
 - Internet como canal de comunicación.
 - Criterios de calidad en la atención al cliente.
 - Satisfacción al cliente.
- **Comunicación de información comercial en los procesos de compraventa.**
 - El proceso de compraventa como comunicación.
 - Tipos y formas de argumentos.
 - Tratamiento de objeciones.
 - Técnicas para resolver una objeción.
 - La objeción precio.
 - Comunicación de la información sobre los productos.
 - Distintos procesos de compraventa.
 - Venta por catálogo.
 - Televenta.
 - Internet y otras formas.

Cuestionario de Autoevaluación UA 01

Actividad de Evaluación UA 01

Unidad 2: Adaptación de la Comunicación Comercial al Telemarketing y la Tramitación en los Servicios Postventa

- **Adaptación de la comunicación comercial al telemarketing.**
 - Aspectos básicos del telemarketing.
 - La operativa general del teleoperador.
 - Técnicas de ventas.
 - Principales técnicas de venta comercial.

- Los guiones: Planificar su existencia.
- La entrevista: Necesidades de la clientela y el correcto uso de los productos.
- Cierre de la venta.
 - Objeciones de los clientes: Principales causas y actitudes.
 - Minimizar las hostilidades de los clientes.
 - Signos del cierre de la venta.
 - Dificultades y técnicas de cierre.
- **Tramitación en los servicios postventa.**
 - Seguimiento comercial: Concepto.
 - Fidelización de la clientela.
 - Bonificaciones.
 - Vales comerciales y tarjetas de puntos.
 - Identificación de quejas y reclamaciones.
 - Quejas y reclamaciones.
 - Las hojas de reclamaciones.
 - Características y tipología: Presenciales y no presenciales.
 - Procedimiento de reclamaciones y quejas.
 - Valoración de los parámetros de calidad del servicio y su importancia o consecuencias de su no existencia.
 - Aplicación de la confidencialidad a la atención prestada en los servicios de postventa.

Cuestionario de Autoevaluación UA 02

Actividad de Evaluación UA 02

Cuestionario de Evaluación Final UF0349