

## (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**