



## **(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. o El departamento comercial. Funciones básicas. o El departamento comercial. Identificación de necesidades y gustos del cliente: Clasificación del cliente. o Procedimiento de comunicación comercial. o Procedimiento de comunicación comercial. Elementos. de comunicación institucional y fases del procedimiento. o Procedimiento de comunicación comercial. Soportes de comunicación. o Identificación del perfil psicológico de los distintos clientes. Aplicaciones de condiciones de venta. o Identificación del perfil psicológico de los distintos clientes. Transmisión de información comercial relevante según el tipo de cliente. o Identificación del perfil psicológico de los distintos clientes. Motivación. o Relación con el cliente a través de distintos canales. o Relación con el cliente a través de distintos canales. Características. o Relación con el cliente a través de distintos canales. Ventajas e inconvenientes. o Relación con el cliente a través de distintos canales. Internet como canal de comunicación. o Criterios de calidad en la atención al cliente: satisfacción al cliente. o Criterios de calidad en la atención al cliente: satisfacción al cliente. o Criterios de calidad en la atención al cliente: satisfacción al cliente. • Comunicación de información comercial en los procesos de compraventa. o El proceso de compraventa como comunicación. o Tipos y formas de argumentos. o Tipos y formas de argumentos. Tratamiento de objeciones. o Tipos y formas de argumentos. Técnicas para resolver una objeción. o Tipos y formas de argumentos. La objeción precio. o Tipos y formas de argumentos. Comunicación de la información sobre los productos. o Distintos procesos de compraventa. Venta por catálogo. o Distintos procesos de compraventa. Televenta. o Distintos procesos de compraventa. 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. o Aspectos básicos del telemarketing. o La operativa general del teleoperador. o Técnicas de ventas. o Técnicas de venta. Principales técnicas de venta comercial. o Técnicas de venta. Los guiones: Planificar su existencia. o Técnicas de venta. La entrevista: Necesidades de la clientela y el correcto uso de los productos. o Cierre de la venta. Objeciones de los clientes: Principales causas y actitudes. o Cierre de la venta. Minimizar las hostilidades de los clientes. o Cierre de la venta. Signos del cierre de la venta. o Cierre de la venta. Dificultades y técnicas de cierre. • Tramitación en los servicios postventa. o Seguimiento comercial: concepto. o Fidelización de la clientela. o Fidelización de la clientela. Bonificaciones. o Fidelización de la clientela. Vales comerciales y tarjetas de puntos. o Identificación de quejas y reclamaciones. o Identificación de quejas y reclamaciones. Quejas y reclamaciones. o Identificación de quejas y reclamaciones. Las hojas de reclamaciones. o Identificación de quejas y reclamaciones. Características. Tipología: presenciales y no presenciales. o Procedimiento de reclamaciones y quejas. o Valoración de los parámetros de calidad del servicio y su importancia o consecuencias de su no existencia. o 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