



Atención al cliente. Comunicación y Atención telefónica. Tratamiento De Situaciones Conflictivas.

Sku: 1820EC_PDCOMT011PO

Horas: 90

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

Módulo 1: Comunicación y Atención al Cliente

1. Introducción a la atención al cliente.

El cliente, concepto y la comunicación.

Orientación y atención al cliente.

Tipos de cliente.

Factores fundamentales.

2. La comunicación para la venta.

Comunicación y comunicación eficaz.

La comunicación telefónica eficaz.

Módulo 2: Atención Telefónica a Clientes y Tratamiento de Situaciones Conflictivas

Unidad 1: La comunicación.

- La comunicación.
 - La comunicación y el ser humano
 - El proceso de comunicación.
 - Las funciones del lenguaje
 - La comunicación telefónica.
 - ¿Qué decimos y cómo hablamos?
 - Normas generales ante el teléfono.
 - Fases de la llamada telefónica
 - Gestión de distintas situaciones al teléfono

- La voz
 - Cuidados de la voz
- Fases de las llamadas.
 - La sonrisa telefónica
 - La apertura
 - La gestión con el cliente
 - El cierre
- Escucha activa.
 - ¿Qué implica la escucha activa?
 - ¿Qué impide la escucha activa?

- Las barreras comunicativas.
- Servicio de calidad a la ciudadanía.
 - Calidad intrínseca
 - Sistemas de control
 - Normalización
- Concepto y características de la calidad del servicio.
 - Beneficios
 - Principios de la gestión de la calidad
 - Objeto

- Calidad y satisfacción de la cliente
- El/la ciudadano/a como persona.
- Reclamaciones.
 - Quejas y reclamaciones
 - Diferencias y consecuencias entre quejas y hojas de reclamaciones
 - Diferencias y consecuencias entre quejas y hojas de reclamaciones II
- Desarrollo de reclamaciones.
 - Fase 0: Designación de una unidad de gestión de quejas y sugerencias
 - Fase 1: Preparación de la unidad de quejas y sugerencia
 - Fase 2: Comunicación interna
 - Fase 3: Procedimiento de gestión de quejas y reclamaciones
 - Fase 4: Seguimiento de la gestión de quejas y sugerencias
 - Tramitación: procedimiento y consecuencias de las reclamaciones
- Respuesta a reclamaciones previas.
 - Resolución extrajudicial de reclamaciones: ventajas y procedimientos
 - Clasificación de las sanciones
- Ejemplificar la actuación en torno a una situación real con el cliente.
- Ilustrar las características y las tipologías de los clientes.
 - El cliente enfadado
 - El cliente confundido
 - El cliente extranjero
 - El cliente sabiendo
 - El cliente agradecido
- Enunciar aquellos elementos fundamentales de la comunicación para establecer relaciones internas y externas en la organización.
 - Conceptos básicos
 - Elementos de la comunicación
 - El análisis de la comunicación en la atención al cliente
 - La comunicación interna de la empresa
 - Claves para una comunicación interna eficaz
- Desarrollar la escucha activa dando feedback textual. o El feedback textual
- Describir los tipos de barreras que existen en la comunicación.
 - Ruido
 - Retorno insuficiente
 - Medio de comunicación adecuado I: Comunicación oral
 - Medio de comunicación adecuado II: Comunicación escrita
 - Barreras mentales
 - Barrera de la adecuación
 - Barreras de espacio y tiempo

- Barrera de la empatía y otras relaciones

- Describir la imagen que podemos dar a un cliente.
- Reconocer la tipología de cliente de una serie de ejemplos.
- Reconocer la utilización de las habilidades de asertividad y la simpatía en casos.

- Consejos para una comunicación asertiva
- Manejar una situación conflictiva dada con un cliente.

Unidad 2: La comunicación telefónica efectiva.

Unidad 3: La calidad del servicio.

Unidad 4: Tratamiento de situaciones conflictivas.

Unidad 5: Contenidos prácticos.