



ADGD122PO Gestión de la venta y su cobro. Atención de quejas y reclamaciones

Sku: PC970

Horas: 30

Formato: HTML

OBJETIVOS

Organizar la gestión de la cartera de clientes de manera eficiente, mejorar la calidad de la atención al cliente y reconocer todos los elementos que influyen en la atención de las quejas y las reclamaciones de los clientes.

CONTENIDOS

Unidad 1.- Gestión comercial

Para comenzar

- Este curso te proporcionará las herramientas, técnicas y estrategias necesarias para optimizar la relación con los clientes, mejorar las ventas y lograr una ventaja competitiva sostenible.
- Se explorará cómo planificar, implementar y evaluar estrategias comerciales efectivas que impulsen los resultados de una empresa. Desde el diseño de una cartera de clientes sólida hasta la negociación y cierre de ventas, te guiaremos paso a paso para desarrollar habilidades prácticas y relevantes en el ámbito comercial.

Desarrollando una «conciencia comercial»: una nueva perspectiva en la relación con los clientes

- En esta lección, el estudiante explorará «La conciencia comercial» y sus elementos esenciales, como: identificación de necesidades del cliente, la orientación al valor y resultados y finalmente la generación de confianza y relaciones duraderas.

¿Qué es vender? Nuevas formas comerciales. Proceso de compra-venta

- Este tema presenta una visión integral sobre la actividad comercial en el contexto actual, destacando la importancia de las ventas como motor económico y analizando cómo han evolucionado las estrategias y herramientas en el ámbito comercial.

Además, se aborda el proceso de compra-venta, desde la captación de clientes hasta el cierre y fidelización, con un enfoque práctico y adaptado a las tendencias modernas.

Tipología de la venta. La venta personal

- En esta lección se exploran las diversas formas de venta y profundiza en la venta personal como estrategia clave para establecer relaciones sólidas con los clientes. Los alumnos aprenderán a identificar las diferentes tipologías de venta y a aplicar técnicas personalizadas para mejorar la experiencia del cliente y optimizar resultados comerciales.

El punto de venta y el merchandising

- Se aborda la importancia estratégica del punto de venta como lugar clave para influir en las decisiones de compra de los consumidores. Además, se profundiza en el merchandising como herramienta esencial para optimizar la presentación, distribución y promoción de productos, maximizando su atractivo y potenciando las ventas.

Organización del trabajo: gestión de la cartera de clientes

- Esta lección proporciona una comprensión integral sobre cómo gestionar eficientemente una cartera de clientes, optimizando los procesos de organización, seguimiento y fidelización. Los estudiantes aprenderán a segmentar, priorizar y personalizar el trato a los clientes según sus necesidades y potencial, utilizando herramientas y técnicas clave para maximizar los resultados comerciales.

Ejercicio práctico de libre expresión escrita

- En esta lección el estudiante se adentrará en el «Ciclo de la venta». El estudiante deberá proponer vías de acción frente al caso presentado.

Role playing y estado de avance

- En este ejercicio de rol playing el estudiante deberá resolver el ciclo de la venta a partir del conocimiento adquirido durante esta primera unidad.

Evaluación de la unidad

- El estudiante encontrará un cuestionario, que sirve para evaluar los conocimientos adquiridos durante esta unidad.

Unidad 2.- La relación con el cliente

Para comenzar

- Se exploran las claves para crear y mantener relaciones duraderas, enfocándose en la comunicación, la empatía y la personalización. A través de diversas estrategias, se explica cómo generar confianza, resolver problemas y asegurar la satisfacción del cliente, fundamentales para el éxito de cualquier negocio.

Calidad de servicio al cliente

- Esta lección aborda la importancia de ofrecer un servicio al cliente de alta calidad, el cual es crucial para generar lealtad y satisfacción en los consumidores. Se analizan los principios fundamentales que definen la calidad en el servicio, las expectativas de los clientes y cómo las organizaciones pueden mejorar continuamente la experiencia del cliente a través de prácticas efectivas de gestión de calidad.

Perfil del cliente actual

- Esta lección explora las características y comportamientos del cliente actual, así como las tendencias y cambios en sus necesidades y expectativas. Los estudiantes aprenderán a identificar y comprender el perfil del cliente en el contexto moderno, utilizando datos y herramientas para personalizar la oferta de productos o servicios y mejorar la experiencia del cliente.

Derechos y obligaciones del cliente

- Esta lección proporciona una comprensión profunda sobre los derechos y obligaciones que tienen los clientes en las relaciones comerciales. Los estudiantes aprenderán a identificar las normativas legales que protegen al consumidor, así como las responsabilidades que los clientes deben asumir al interactuar con empresas, en un entorno comercial justo y ético.

Tipología de comportamientos del cliente y estrategias de gestión

- Esta lección aborda la comprensión de los diferentes tipos de comportamientos de los clientes y cómo gestionar de manera efectiva estas interacciones para mejorar la experiencia del cliente y aumentar la lealtad. A través del análisis de diversos perfiles de clientes y las estrategias adecuadas, los estudiantes aprenderán a personalizar el servicio para adaptarse a cada tipo de cliente.

Instituciones y Servicios de Protección al consumidor

- Esta lección va a proporcionar una comprensión detallada de las instituciones y servicios que protegen los derechos de los consumidores. Los estudiantes aprenderán sobre las organizaciones encargadas de velar por la seguridad, la transparencia y la equidad en las relaciones comerciales, así como los servicios disponibles para resolver disputas y garantizar la satisfacción del consumidor.

Ejercicio práctico de libre expresión escrita

- El estudiante deberá reflexionar y expresar en este ejercicio práctico sobre la importancia de una buena relación con el cliente. El estudiante deberá proponer vías de acción frente al caso presentado.

Role playing y estado de avance

- En este ejercicio de rol playing el estudiante deberá aplicar lo aprendido para resolver las situaciones con clientes presentadas.

Evaluación de la unidad

- El estudiante encontrará un cuestionario, que sirve para evaluar los conocimientos adquiridos durante esta unidad.

Unidad 3.- Servicio de atención al cliente, quejas y reclamaciones

Para comenzar

- Para activar el aprendizaje se invitará a los estudiantes a concienciar cómo ofrecer un servicio de atención al cliente excepcional, cómo gestionar eficazmente las quejas y reclamaciones, y cómo utilizar estos procesos como una oportunidad para mejorar la satisfacción del cliente. Los estudiantes aprenderán las mejores prácticas para tratar con clientes insatisfechos, cómo manejar situaciones difíciles y cómo fidelizar a los clientes a través de una atención eficiente y profesional.

Procedimiento y normativa en los procesos de reclamación. Documentos necesarios

- Esta lección va a proporcionar un conocimiento profundo sobre los procedimientos legales y normativos aplicables en los procesos de reclamación, así como los documentos necesarios para llevar a cabo una reclamación efectiva. Los estudiantes aprenderán cómo estructurar y gestionar una reclamación formal de acuerdo con las leyes vigentes, y cómo garantizar que la documentación requerida esté completa y bien organizada para facilitar la resolución de cualquier conflicto o disputa.

Habilidades de comunicación en el servicio de atención al cliente

- Esta lección se centra en el desarrollo de habilidades de comunicación esenciales para ofrecer un servicio de atención al cliente de alta calidad. La comunicación efectiva es fundamental para entender las necesidades de los clientes, resolver problemas y proporcionar una experiencia satisfactoria. Los estudiantes aprenderán las técnicas clave para interactuar con los clientes de manera clara, empática y profesional, utilizando diferentes canales de comunicación.

La comunicación: instrumento de relación y atención al cliente

- La lección se centra en la importancia de la comunicación como una herramienta fundamental para establecer y mantener relaciones efectivas con los clientes, especialmente en el contexto de la atención al cliente. Los estudiantes aprenderán cómo una comunicación eficaz puede mejorar la experiencia del cliente, fidelizarlo y resolver problemas de manera eficiente. Además, se abordarán los diferentes tipos de comunicación que se utilizan en el servicio al cliente y cómo adaptarlos a diversas situaciones.

El lenguaje positivo

- Esta lección aborda cómo utilizar el lenguaje positivo en sus interacciones diarias, especialmente en el ámbito de atención al cliente. Los estudiantes aprenderán a emplear un lenguaje que favorezca una comunicación más efectiva, cordial y profesional, contribuyendo a mejorar la experiencia del cliente, resolver conflictos y fortalecer las relaciones laborales.

Los diferentes estilos de comunicación

- Esta lección explora los distintos estilos de comunicación que las personas emplean en sus interacciones diarias. Comprender estos estilos es clave para mejorar la efectividad en las relaciones interpersonales, especialmente en el ámbito profesional y de atención al cliente. Los estudiantes aprenderán a identificar y adaptar su propio estilo de comunicación y a reconocer los estilos de los demás para lograr una interacción más armoniosa y productiva.

Técnicas de negociación

- En esta lección se motivará a los estudiantes a mejorar sus habilidades de negociación y afrontar con éxito una variedad de situaciones en las que se requiera llegar a acuerdos, ya sea en el ámbito profesional, personal o empresarial.

El manejo y la resolución de conflictos

- En esta lección se abordan las estrategias y técnicas fundamentales para gestionar y resolver conflictos de manera eficaz, ya sea en el ámbito laboral, personal o social. Se exploran los tipos de conflictos más comunes, las causas que los originan, así como los enfoques y herramientas que permiten transformar las disputas en oportunidades de mejora y colaboración.

La conducta de los clientes en situaciones difíciles

- En esta lección se abordará cómo en el entorno profesional es común encontrarse con clientes en situaciones de estrés, insatisfacción o conflicto. Comprender su conducta y las causas subyacentes de estas actitudes es clave para gestionar dichas interacciones de manera efectiva.
- El objetivo principal en estas situaciones es mantener la calma, demostrar empatía y escuchar activamente. Estas estrategias ayudan a desescalar conflictos y generar confianza. La comunicación clara, el manejo emocional y la búsqueda de soluciones concretas son herramientas esenciales para transformar una experiencia negativa en una oportunidad de fidelización.

Instrumentos para hacer frente a las situaciones difíciles

- En esta lección se abordará cómo en el ámbito profesional las situaciones difíciles pueden surgir en cualquier momento y desafiar la capacidad de los equipos para responder de manera adecuada. Se proporcionan herramientas prácticas para enfrentar estos desafíos con confianza y eficacia, promoviendo un entorno de trabajo positivo y productivo.

- El contenido se centra en identificar las causas más comunes de los conflictos, como problemas de comunicación, diferencias interpersonales o situaciones externas que generan estrés. Además, se abordan métodos prácticos como la negociación, la mediación y la búsqueda de soluciones colaborativas, adaptadas a diferentes contextos. El objetivo es capacitar a los participantes para que enfrenten situaciones desafiantes de forma constructiva, minimizando el impacto negativo y fomentando relaciones positivas y duraderas.

El proceso de atención de quejas y reclamaciones

- En esta lección se abordará cómo la atención de quejas y reclamaciones es un proceso fundamental para garantizar la satisfacción del cliente y fortalecer la reputación de una organización. Se abordan las etapas clave de dicho proceso, proporcionando las herramientas necesarias para gestionar estas situaciones de manera profesional y eficiente.
- Se destaca la importancia de una comunicación clara, la empatía y la actitud positiva, transformando las quejas en oportunidades para fidelizar clientes y mejorar procesos internos. Además, se incluyen ejemplos prácticos y herramientas que facilitan la aplicación inmediata de lo aprendido.

Ejercicio práctico de libre expresión escrita

- El estudiante diseñará estrategias para gestionar quejas y reclamaciones fidelizando al cliente.

Role playing y estado de avance

- Mediante una serie de flashcards y un juego de rol con IA, el estudiante podrá repasar lo aprendido antes de realizar la evaluación final de la unidad.

Evaluación de la unidad

- El estudiante encontrará un cuestionario, que sirve para evaluar los conocimientos adquiridos durante esta unidad.

Evaluación final

Evaluación final

- Evaluación final del curso, que sirve para evaluar los conocimientos adquiridos durante el desarrollo del curso.