



Gestión de la atención al cliente/consumidor

Sku: CT0768

Horas: 30

Formato: HTML

CONTENIDOS

1. Concepto y características de la función de atención al cliente 1.1. Empresas y fabricantes 1.2. Empresas distribuidoras 1.3. Empresas de relaciones con clientes y servicios de atención al cliente 1.4. El defensor del cliente: pautas y tendencias 2. Dependencia funcional del departamento de atención al cliente 2.1. Organización funcional de las empresas: organigrama 2.2. Interrelaciones del departamento de atención al cliente: comercial, financiero y de ventas 3. Factores fundamentales desarrollados en la atención al cliente 3.1. Naturaleza 3.2. Efectos 3.3. Normativa: productos y ámbitos regulados 4. El marketing en la empresa y su relación con el departamento de atención al cliente 4.1. Marketing relacional 4.2. Relaciones con clientes 4.3. Canales de comunicación con el cliente: tanto presenciales como no presenciales 4.4. Obtención y recogida de información del cliente 5. Variables que influyen en la atención al cliente 5.1. Posicionamiento e imagen 5.2. Relaciones públicas 6. La información suministrada por el cliente 6.1. Análisis comparativo 6.2. Naturaleza de la información 6.3. Cuestionarios 6.4. Satisfacción del cliente 6.5. Averías 6.6. Reclamaciones 7. Documentación implicada en la atención al cliente 8. Servicio post venta