

# Curso ATENCIÓN AL CLIENTE

**MODALIDAD:** DISTANCIA

**DURACIÓN:** 250 HORAS

Nº horas teóricas: 77 horas  
Nº horas prácticas: 173 horas

**DIRIGIDO A:**

- Trabajadores que ejerzan su actividad en cualquier sector productivo, en el área de comercialización y/o departamentos de atención al cliente/consumidor/usuario, y que requieran de formación específica en materia de calidad y comunicación en el servicio y atención al cliente, bien por razones organizativas, de polivalencia, movilidad funcional o de desarrollo profesional. Como norma general, los destinatarios son trabajadores que pertenecen a diferentes áreas de la empresa relacionadas con la atención, el servicio y la comunicación con los clientes. Pueden ser tanto trabajadores autónomos, como trabajadores empleados por cuenta ajena.

**OBJETIVOS GENERALES:**

- Analizar y practicar los conceptos y las técnicas más eficaces para prestar un servicio de calidad a los clientes, tanto internos como externos, de la organización, incluyendo la correcta preparación para la interacción con el cliente, el tratamiento adecuado en función de las circunstancias específicas y la resolución de las situaciones problemáticas que se producen en el trato con clientes.
- Adquirir y practicar los conceptos y técnicas adecuados para mantener una actitud positiva, mostrar una atención adicional a los clientes, usar un lenguaje cercano y resolver los problemas de los clientes de forma eficaz aprovechando dichos problemas como oportunidades de captación de negocio, todo ello en el marco de la excelencia en el servicio y la atención al cliente.
- Analizar y practicar las técnicas más eficaces para comunicarse de forma eficaz con los clientes, incluyendo los aspectos no verbales de la comunicación, tanto de forma presencial como telefónica o a través del correo electrónico, proyectando un sentido de profesionalidad y proporcionando al cliente un servicio de calidad, tanto de forma presencial como por teléfono o mediante el correo electrónico.
- Contribuir al desarrollo profesional de los participantes, mejorando su empleabilidad mediante aprendizajes funcionales que supongan la adquisición de competencias transversales relevantes en la mayor parte de los sectores económicos.
- Inculcar en los participantes la importancia de la calidad y la excelencia en la comunicación, la atención y el servicio al cliente como factor estratégico de negocio del que depende la supervivencia y el desarrollo de la empresa.

**CONTENIDOS:**

**PARTE I: LA ATENCIÓN AL CLIENTE**

U.D. 1. PREPARÁNDOSE.

- 1.1. ¿Por qué preocuparse?
- 1.2. ¿Quiénes son tus clientes?



- 1.3. ¿Qué es importante conocer?
  - 1.3.1. El rol y la responsabilidad.
  - 1.3.2. Conocimiento.
  - 1.3.3. Pautas a seguir.
  - 1.3.4. Habilidades personales.
- 1.4. Dar una buena impresión.
  - 1.4.1. Primera impresión.
  - 1.4.2. El puesto de trabajo.
  - 1.4.3. Aspecto y apariencia.

#### U.D. 2. EL TRATAMIENTO ADECUADO

- 2.1. ¿Qué es atención al cliente?
- 2.2. ¿Sabes atender al cliente?
  - 2.2.1. Contacto.
  - 2.2.2. Análisis.
  - 2.2.3. Respuesta.
  - 2.2.4. Excelencia.
- 2.3. Casos particulares:
  - 2.3.1. Contacto por teléfono.
  - 2.3.2. Contacto directo.
  - 2.3.3. Tratar con minusválidos.
  - 2.3.4. Organizar una cena de trabajo.
  - 2.3.5. Entender al cliente por teléfono.
  - 2.3.6. Prestar asistencia técnica.
  - 2.3.7. Responder a diversas prioridades.
  - 2.3.8. La información apropiada.
  - 2.3.9. Atención personal.
  - 2.3.10. Superar las expectativas.

#### U.D. 3. DESAFÍOS

- 3.1. Situaciones difíciles.
  - 3.1.1. Asumiendo quejas.
  - 3.1.2. Atender a clientes molestos.
- 3.2. Simulaciones.
  - 3.2.1. La tintorería.
  - 3.2.2. El error de imprenta.

### *PARTE II: COMUNICACIÓN EFICAZ Y EXCELENCIA EN EL SERVICIO AL CLIENTE*

#### U.D. 1. FUNDAMENTOS DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE.

- 1.1. La atención al cliente.
  - 1.1.1. Concepto.
  - 1.1.2. Importancia.
- 1.2. La percepción del cliente.
  - 1.2.1. Percepción del servicio.
  - 1.2.2. Evaluación del servicio.
  - 1.2.3. El acrónimo SIRVE.
- 1.3. Las necesidades del cliente.
  - 1.3.1. Aspectos teóricos: teorías de las necesidades.
  - 1.3.2. Tipología de clientes.



- 1.3.3. Detección de las necesidades del cliente.
- 1.3.4. Satisfacción del cliente.
- 1.3.5. Gestión de las expectativas del cliente.

#### U.D. 2. DESARROLLAR TÉCNICAS DE ATENCIÓN AL CLIENTE.

- 2.1. El servicio como sinónimo de calidad.
  - 2.1.1. Atributos de la calidad de servicio.
  - 2.1.2. Excelencia en el servicio.
- 2.2. La actitud de servicio.
  - 2.2.1. Componentes de la actitud de servicio.
- 2.3. Técnicas para mostrar una atención adicional a los clientes.
  - 2.3.1. Personalizando el servicio.
  - 2.3.2. Completando el servicio.
- 2.4. Preparación del servicio de atención al cliente de calidad.
  - 2.4.1. Fases.
  - 2.4.2. Desarrollo.
- 2.5. Atención telefónica y calidad de servicio.
  - 2.5.1. Atención telefónica:
  - 2.5.2. Contestar al teléfono:
  - 2.5.3. Llamar por teléfono:
  - 2.5.4. Actitud en la entrevista telefónica.
  - 2.5.5. El lenguaje en la entrevista telefónica.

#### U.D. 3. RESPONDER A LOS CLIENTES.

- 3.1. Las preguntas.
  - 3.1.1. Tipos de preguntas.
  - 3.1.2. La técnica de las preguntas.
  - 3.1.3. Tipos de preguntas para obtener información.
- 3.2. El lenguaje con el cliente.
  - 3.2.1. Contestando las preguntas del cliente.
  - 3.2.2. Recomendaciones.
- 3.3. Proceso de siete pasos para proporcionar un servicio de calidad al cliente.
- 3.4. La capacidad de escucha.
  - 3.4.1. Técnicas para mejorar las capacidades de escucha.
    - 3.4.1.1. La escucha activa.
    - 3.4.1.2. La empatía.
    - 3.4.1.3. Comprobación de la comprensión.
    - 3.4.1.4. Reformulación.

#### U.D. 4. RESOLVER LOS PROBLEMAS DE LOS CLIENTES.

- 4.1. Importancia de resolver los problemas de los clientes.
  - 4.1.1. Detectar los problemas de los clientes.
  - 4.1.2. Resolver los problemas de los clientes de forma eficaz.
    - 4.1.2.1. Fases.
    - 4.1.2.2. Proceso.
- 4.2. Las reclamaciones de los clientes.
  - 4.2.1. Tratamiento de las reclamaciones de los clientes.
  - 4.2.2. Aprovechar las reclamaciones de los clientes.
    - 4.2.2.1. Detección de errores.
    - 4.2.2.2. Fidelización.
    - 4.2.2.3. Oportunidad de venta.



- 4.3. Situaciones conflictivas.
  - 4.3.1. Asertividad.
  - 4.3.2. Aprender a usar el acrónimo DAR para decir "no" de forma eficaz.
- 4.4. Errores más frecuentes a la hora de resolver los problemas de los clientes.
- U.D. 5. IMPORTANCIA DE UNA COMUNICACIÓN CLARA.
  - 5.1. Importancia de comunicarse eficazmente con los clientes.
    - 5.1.1. Conceptos básicos de comunicación.
    - 5.1.2. La comunicación eficaz.
  - 5.2. Factores que ocasionan fallos en la comunicación.
    - 5.2.1. Barreras psicológicas.
    - 5.2.2. Barreras semánticas.
    - 5.2.3. Barreras culturales.
    - 5.2.4. Barreras sociales.
  - 5.3. Mejorar las capacidades de escucha.
- U.D. 6. COMUNICACIÓN INTERPERSONAL.
  - 6.1. El uso de la voz.
    - 6.1.1. Aspectos relacionados con la voz.
    - 6.1.2. La percepción del cliente.
  - 6.2. Directrices para comunicarse claramente con los clientes.
  - 6.3. Siete acciones para una comunicación eficaz con los clientes.
  - 6.4. Formas de la comunicación:
    - 6.4.1. Comunicación verbal.
    - 6.4.2. Comunicación no verbal.
      - 6.4.2.1. El aspecto físico.
      - 6.4.2.2. La postura.
      - 6.4.2.3. El movimiento.
      - 6.4.2.4. Las manos.
  - 6.5. Actitudes que favorecen la relación interpersonal.
- U.D. 7. HABILIDADES TELEFÓNICAS.
  - 7.1. La imagen telefónica:
    - 7.1.1. Importancia de la imagen telefónica.
    - 7.1.2. Forma de mejorar la imagen telefónica, demostrando profesionalidad.
  - 7.2. La atención telefónica:
  - 7.3. La atención telefónica:
    - 7.3.1. Contestar al teléfono:
    - 7.3.2. Llamar por teléfono:
    - 7.3.3. Modulación de la voz.
    - 7.3.4. Actitud en la entrevista telefónica.
    - 7.3.5. Concluir la conversación.
    - 7.3.6. La llamada de seguimiento.
    - 7.3.7. Tratamiento de quejas y reclamaciones.
    - 7.3.8. Situaciones usuales:
      - 7.3.8.1. Dar malas noticias.
      - 7.3.8.2. Cómo volver a llamar al cliente.
    - 7.3.9. Declaraciones que se deben evitar.
  - 7.4. Uso de mensajes de correo de voz:
    - 7.4.1. Mensajes de correo de voz eficaces.
    - 7.4.2. Crear un saludo de correo de voz orientado al cliente.
  - 7.5. Proyectar una imagen positiva siguiendo tres directrices.



7.6. Servicio de atención al cliente de calidad siguiendo un proceso en tres pasos.

U.D. 8. USO ADECUADO DEL CORREO ELECTRÓNICO.

8.1. El correo electrónico.

8.1.1. Funcionalidades.

8.1.1.1. La agenda.

8.1.1.2. Las listas de correo.

8.1.1.3. Organización del correo electrónico.

8.1.1.4. Imagen corporativa.

8.2. Redacción de mensajes.

8.2.1. Pautas generales.

8.2.2. Cuatro directrices para escribir mensajes de correo electrónico legibles.

8.3. Recepción y envío de mensajes.

8.3.1. Recepción de mensajes.

8.3.2. Importancia de revisar los mensajes antes de enviarlos.

8.4. Enviar archivos adjuntos a mensajes de correo electrónico.

8.4.1. Utilidad.

8.4.2. Problemas al enviar archivos adjuntos.

8.5. Ventajas de utilizar la línea de asunto al enviar mensajes de correo electrónico.