



## ATENCIÓN AL CLIENTE



## Objetivos

- Conocer el papel de la comunicación en la atención al cliente y la manera de adaptarla a partir de las necesidades de la empresa.
- Conocer la importancia de una adecuada atención en el servicio para cubrir las exigencias del cliente.
- Saber de las diferentes estrategias de servicios existentes para cada tipo de empresa.
- Sensibilizar sobre la importancia de la calidad en el servicio y la necesidad de buscar los cero defectos.
- Conocer el proceso de comunicación, sus barreras y dificultades, destacando la necesidad de conseguir el feed-back de los clientes.
- Cómo comunicar eficazmente, cómo escuchar activamente, poniendo en práctica la asertividad y la empatía.
- Entender las quejas y reclamaciones como una oportunidad y no como un problema.
- Aprender a tratar las reclamaciones, tanto en persona como por teléfono.
- Poner de manifiesto las normativas legales que obligan a poner a disposición del consumidor las hojas de reclamaciones.
- Sensibilizar sobre la importancia de la calidad en el servicio y la necesidad de buscar los cero defectos.
- Conocer el proceso de comunicación, sus barreras y dificultades, destacando la necesidad de conseguir el feed-back de los clientes.
- Cómo comunicar eficazmente, cómo escuchar activamente, poniendo en práctica la asertividad y la empatía.
- Ver los factores que determinan la atención telefónica y cuáles son las buenas prácticas y recomendaciones para conseguir una atención telefónica exitosa.
- Aprender las técnicas de uso del teléfono como herramienta comercial: para concertar citas comerciales, para realizar ventas, para atender pedidos, etc.
- Aprender la importancia de la comunicación en el servicio de cara a la satisfacción del consumidor y de los empleados que prestan el servicio.
- Conocer la importancia de la calidad en el servicio y las exigencias del cliente.
- Conocer las estrategias del servicio para los distintos tipos de servicios.
- Conocer las normas de calidad en el servicio.
- Conocer los conceptos de calidad y servicio, así como las características de los distintos servicios y las empresas de alto rendimiento.
- Aprender la importancia de detectar los errores y anticiparse a ellos.
- Cómo medir la satisfacción de los clientes.
- Aprender las técnicas de uso del teléfono.
- Conocer cómo lanzar un programa de calidad.
- Conocer el papel del director de calidad.

# Contenido

## MÓDULO 1. ATENCIÓN AL CLIENTE

### 1. Calidad en el servicio

- 1.1. La calidad
- 1.2. El servicio

### 2. Impacto de la calidad en el servicio

- 2.1. Impacto de la calidad en el servicio

### 3. Factores diferenciales de las empresas de servicios

- 3.1. Dificultades para gestionar la calidad del servicio
- 3.2. Costo y falta de calidad
- 3.3. La gestión de la calidad del servicio

### 4. Estrategias de servicios

- 4.1. Estrategias de servicio
- 4.2. Competencia en precios o en diferencias
- 4.3. Estrategias de servicio para productos
- 4.4. Estrategias de servicio para servicios

### 5. La comunicación del servicio

- 5.1. La comunicación
- 5.2. Amoldarse a las expectativas del cliente
- 5.3. En materia de servicio, todo es comunicación
- 5.4. Motivar al personal

### 6. Normas de calidad en el servicio

- 6.1. Introducción
- 6.2. Formación del personal
- 6.3. Prestar un servicio orientado al cliente

### 7. A la conquista del cero defectos

- 7.1. Hacerlo bien a la primera
- 7.2. Caza de errores

### 8. Medir la satisfacción del cliente

- 8.1. Valor para el cliente
- 8.2. Satisfacción del consumidor
- 8.3. Procedimientos para medir la satisfacción

## MÓDULO 2. ATENCIÓN DE QUEJAS Y RECLAMACIONES

### 1. Calidad y servicio

- 1.1. Introducción
- 1.2. La importancia de la calidad del servicio
- 1.3. Estrategia de servicio para los servicios

- 1.4. Comunicación del servicio
- 1.5. Caza de errores: a la conquista de cero defectos

## **2. Comunicación en la empresa**

- 2.1. Introducción
- 2.2. El proceso de comunicación
- 2.3. Barreras y dificultades en la comunicación
- 2.4. La importancia del feed-back en la relación con los clientes
- 2.5. Cómo comunicar eficazmente
- 2.6. El lenguaje verbal
- 2.7. La escucha activa
- 2.8. Inteligencia emocional, asertividad y empatía

## **3. Las quejas y reclamaciones**

- 3.1. Introducción
- 3.2. Recursos para atender las reclamaciones
- 3.3. Las reclamaciones son una oportunidad
- 3.4. Cómo actuar ante una reclamación
- 3.5. Reacciones del personal
- 3.6. Tratamiento de las reclamaciones por teléfono

## **4. Hojas de reclamaciones**

- 4.1. Hojas de reclamaciones
- 4.2. Tramitación de las reclamaciones
- 4.3. Sistema Arbitral de Consumo

## **MÓDULO 3. ATENCIÓN TELÉFONICA**

### **1. Atención telefónica**

- 1.1. Introducción
- 1.2. Factores determinantes en la atención telefónica
  - 1.2.1. La voz
  - 1.2.2. El lenguaje
  - 1.2.3. El silencio
  - 1.2.4. La sonrisa
- 1.3. La conversación telefónica
  - 1.3.1. Hablando por teléfono
  - 1.3.2. Llamando por teléfono
  - 1.3.3. Recepción de llamadas

### **2. Marketing telefónico**

- 2.1. Introducción
- 2.2. El teléfono, una herramienta comercial
- 2.3. Atender llamadas de los clientes
- 2.4. Técnica del uso del teléfono
- 2.5. Estrategias decisivas en la venta por teléfono
- 2.6. Uso del teléfono para concertar citas de ventas

## **MÓDULO 4. CALIDAD EN EL SERVICIO**

## **1. Gestión de la calidad en el servicio**

- 1.1. Calidad y servicio: Conceptos básicos
  - 1.1.1. La Calidad
  - 1.1.2. El Servicio
- 1.2. La importancia de la calidad en el servicio
  - 1.2.1. La exigencia del cliente
  - 1.2.2. El cliente: aspectos a destacar
  - 1.2.3. La percepción de la calidad
  - 1.2.4. Gestión de la calidad total
- 1.3. Gestión de la calidad en el servicio
  - 1.3.1. ¿Por qué son diferentes las empresas de servicios?
  - 1.3.2. Dificultades para gestionar la calidad en el servicio
  - 1.3.3. Coste de calidad y falta de calidad
  - 1.3.4. Gestión de la calidad: Asunto de método
  - 1.3.5. Ejemplos de “no calidad”
  - 1.3.6. Un ejemplo práctico de mala calidad en el servicio: la camarera
- 1.4. Las estrategias del servicio
  - 1.4.1. El cliente es el rey
  - 1.4.2. Estrategias
- 1.5. La comunicación del servicio
  - 1.5.1. Características de la comunicación
  - 1.5.2. Todo es comunicación en el servicio
- 1.6. Las normas de calidad en el servicio
  - 1.6.1. Normas de calidad

## **2. Programas de calidad en el servicio**

- 2.1. Calidad y servicio: Aspectos generales
  - 2.1.1. Calidad y servicio: gestión de la calidad
  - 2.1.2. El cliente y su percepción del servicio
  - 2.1.3. Las empresas de servicios
  - 2.1.4. Estrategias de las empresas de servicios
  - 2.1.5. La comunicación y las normas de calidad
- 2.2. La caza de errores
  - 2.2.1. Hacerlo bien a la primera
  - 2.2.2. El cero defectos
  - 2.2.3. El papel del director de calidad
  - 2.2.4. Un proyecto de calidad
  - 2.2.5. Instrumentos para la caza de errores
- 2.3. Medir la satisfacción del cliente
  - 2.3.1. La calidad que presta la empresa y la que percibe el cliente
  - 2.3.2. Satisfacción del consumidor: conceptos básicos
- 2.4. ¿Cómo lanzar un programa de calidad?
  - 2.4.1. Introducción
  - 2.4.2. Diagnóstico
  - 2.4.3. La búsqueda de cero defectos
  - 2.4.4. Reconsideración del servicio prestado
  - 2.4.5. El nivel de excelencia para cada rama del servicio
- 2.5. El teléfono
  - 2.5.1. El teléfono como atención al público
  - 2.5.2. Preparación técnica

- 2.5.3. Preparación táctica
- 2.5.4. Técnicas del uso del teléfono
- 2.5.5. Recomendaciones al hablar por teléfono
- 2.6. Ejemplos de mala calidad en el servicio
  - 2.6.1. Ejemplos de mala calidad en el servicio

