

ATENCIÓN AL CLIENTE



Área: General
Modalidad: Teleformación
Duración: 10 h
Precio: 75.00€

[Curso Bonificable](#)
[Contactar](#)
[Recomendar](#)
[Matricularme](#)

OBJETIVOS

“El cliente, lo más importante”. Sin duda, un buen slogan que, de una forma u otra, muchas empresas lo expresan en sus mensajes publicitarios. Pero “del dicho al hecho...” ¿Se está preparado técnicamente para realmente dar el mejor servicio a nuestros clientes? La respuesta está en este curso que le prepara para dotarle de mayor fluidez en las relaciones interpersonales, conocer mejor a cada tipo de clientes, corregir los fallos, atender las reclamaciones...Un buen servicio a los clientes es hoy en día una ventaja competitiva que diferencia en el mercado.

CONTENIDOS

- 1 Qué significa Servicio al Cliente
 - 1.1 Las motivaciones empresariales
 - 1.2 La empresa orientada hacia el cliente
 - 1.3 Coste de un mal servicio al cliente
 - 1.4 Significados de Servicio al Cliente
 - 1.5 Cuestionario: Qué se entiende por servicio al cliente
- 2 Tipos de clientes
 - 2.1 El cliente en la cadena de abastecimiento
 - 2.2 El cliente interno
 - 2.3 Organizaciones sin clientes
 - 2.4 Cuestionario: Tipos de clientes
- 3 Tipos de servicios
 - 3.1 Definición de servicio
 - 3.2 El servicio al cliente
 - 3.3 Las actividades del servicio al cliente
 - 3.4 El servicio al cliente y la calidad
 - 3.5 El cliente y el consumidor
 - 3.6 Empresas que dan servicio al cliente
 - 3.7 Ideas para reflexionar - Servicio al Cliente
 - 3.8 Cuestionario: Tipos de servicios
- 4 Fases del servicio al cliente
 - 4.1 Fases
 - 4.2 Investigación de mercado
 - 4.3 La situación de pre-pedido
 - 4.4 La compra y el pedido
 - 4.5 El período de tiempo entre el pedido y la entrega

- 4.6 Embalaje y presentación
- 4.7 Exactitud, compleción y adecuación de las entregas
- 4.8 Realización de cobros
- 4.9 Servicio o apoyo posventa
- 4.10 Tratamiento de las reclamaciones
- 4.11 Ideas para reflexionar - Fases del servicio al cliente
- 4.12 Cuestionario: Fases del servicio al cliente

- 5 Fallos en la atención al cliente
 - 5.1 Atención directa
 - 5.2 Actitudes sociales
 - 5.3 El argumento sexista
 - 5.4 Otros factores
 - 5.5 Fallos de la Dirección
 - 5.6 Falta de formación
 - 5.7 Ausencia de una estructura de personal
 - 5.8 Problemas en las relaciones empresariales
 - 5.9 Estructura empresarial - monopolios
 - 5.10 Ideas para reflexionar - Fallos en la atención al cliente
 - 5.11 Cuestionario: Fallos en la atención al cliente

- 6 Cara a cara. Servir con una sonrisa
 - 6.1 Introducción. Problemas de la atención directa
 - 6.2 El respeto como norma
 - 6.3 Actuaciones positivas y negativas en el trato cara a cara
 - 6.4 Cuándo y cómo empezar
 - 6.5 Cómo actuar
 - 6.6 Ofrecer información y ayuda
 - 6.7 Ideas para reflexionar - La atención directa
 - 6.8 Cuestionario: Cara a cara. Servir con una sonrisa

- 7 Cara a cara. El cliente difícil
 - 7.1 Introducción. Diversidad de clientes
 - 7.2 Tenemos los clientes que nos merecemos
 - 7.3 El cliente aparentemente difícil
 - 7.4 El rechazo visceral
 - 7.5 El cliente verdaderamente difícil
 - 7.6 Problemas de carácter permanente
 - 7.7 La relación imposible
 - 7.8 Ideas para reflexionar - El cliente difícil
 - 7.9 Cuestionario: Cara a cara. El cliente difícil

- 8 La carta
 - 8.1 Los efectos de la tecnología
 - 8.2 Algunas pautas
 - 8.3 Cómo contestar
 - 8.4 Cuidar las formas
 - 8.5 Cuidar el lenguaje
 - 8.6 Rigurosidad
 - 8.7 Finalizar la carta. Firma y envío
 - 8.8 Ideas para reflexionar - La carta
 - 8.9 Cuestionario: La carta
 - 8.10 Cuestionario: Cuestionario final Atención al cliente