

MF0241_2 INFORMACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE / CONSUMIDOR / USUARIO (ONLINE)



250,00 € - 350,00 €

Este curso se ajusta a lo expuesto en el itinerario de aprendizaje perteneciente al Módulo Formativo MF0241_2 Información y Atención al Cliente / Consumidor / Usuario, regulado en el Real Decreto 1522/2011, de 31 de octubre, que permitirá al alumnado adquirir las competencias profesionales necesarias para informar y atender al cliente / consumidor / usuario.

Categorías: [Comercio y Marketing](#) |

Duración	120 h
Modalidad	Online
Docencia	TUTOR PERSONAL
Prácticas	GESTIÓN DE PRÁCTICAS EN EMPRESAS
Método de pago	FINANCIACIÓN SIN INTERESES
Centro de empleo	AGENCIA DE COLOCACIÓN
Formación acreditada	CENTRO ACREDITADO POR EL SEPE
Precio	Particular, Empresa

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

MÓDULO 1. INFORMACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE/CONSUMIDOR/USUARIO

UNIDAD FORMATIVA 1. GESTIÓN DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE/CONSUMIDOR

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PROCESOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE/CONSUMIDOR

1. Concepto y características de la función de atención al cliente:
2. - Empresas fabricantes.
3. - Empresas distribuidoras.
4. - Empresas de relaciones con clientes y servicios de atención al cliente.
5. - El defensor del cliente: pautas y tendencias.
6. Dependencia funcional del departamento de atención al cliente:
7. - Organización funcional de las empresas: Organigrama
8. - Interrelaciones del departamento de atención al cliente: comercial, financiero y de ventas.
9. Factores fundamentales desarrollados en la atención al cliente:
10. - Naturaleza.
11. - Efectos.
12. - Normativa: productos y ámbitos regulados.
13. El marketing en la empresa y su relación con el departamento de atención al cliente:

14. - Marketing relacional.
15. - Relaciones con clientes.
16. - Canales de comunicación con el cliente: tanto presenciales como no presenciales.
17. - Obtención y recogida de información del cliente.
18. Variables que influyen en la atención al cliente:
19. - Posicionamiento e imagen.
20. - Relaciones públicas.
21. La información suministrada por el cliente.
22. - Análisis comparativo.
23. - Naturaleza de la información.
24. - Cuestionarios.
25. - Satisfacción del cliente.
26. - Averías.
27. - Reclamaciones.
28. Documentación implicada en la atención al cliente.
29. - Servicio Post venta.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CALIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE

1. Procesos de calidad en la empresa.
2. Concepto y características de la calidad de servicio.
3. - Importancia.
4. - Objeto.
5. - Calidad y satisfacción del cliente.
6. Ratios de control y medición de la calidad y satisfacción del cliente.
7. - Elementos de control.
8. - Métodos de evaluación de la calidad del servicio de atención al cliente.
9. - Medidas correctoras.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ASPECTOS LEGALES EN RELACIÓN CON LA ATENCIÓN AL CLIENTE

1. Ordenación del Comercio Minorista:
2. - Contenido
3. - Implicaciones en la atención a clientes.
4. Servicios de la Sociedad de la Información y el Comercio Electrónico
5. - Contenido.
6. - Implicaciones.

7. Protección de Datos:
8. - Contenido
9. - Implicaciones en las relaciones con clientes.
10. Protección al consumidor:
11. - Ley General de Defensa de los consumidores y usuarios.
12. - Regulación autonómica y local de protección al consumidor.

UNIDAD FORMATIVA 2. TÉCNICAS DE INFORMACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE/CONSUMIDOR

UNIDAD DIDÁCTICA 1. GESTIÓN Y TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN DEL CLIENTE/CONSUMIDOR

1. Información del cliente:
2. - Quejas.
3. - Reclamaciones.
4. - Cuestionarios de satisfacción.
5. Archivo y registro de la información del cliente:
6. - Técnicas de archivo: naturaleza y finalidad del archivo.
7. - Elaboración de ficheros.
8. Procedimientos de gestión y tratamiento de la información dentro de la empresa.
9. Bases de datos para el tratamiento de la información en el departamento de atención al cliente/consumidor/usuario.
10. Estructura y funciones de una base de datos.
11. - Tipos de bases de datos.
12. - Bases de datos documentales.
13. - Utilización de bases de datos: búsqueda y recuperación de archivos y registros.
14. - Grabación, modificación y borrado de información.
15. - Consulta de información.
16. Normativa de protección de datos de bases de datos de clientes.
17. - Procedimientos de protección de datos.
18. Confección y presentación de informes.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN A CLIENTES/CONSUMIDORES

1. Modelo de comunicación interpersonal:
2. - Elementos: objetivos, sujetos y contenidos.
3. - Sistemas de comunicación: evolución y desarrollo.
4. - Comunicación presencial y no presencial.

5. - Comunicación con una o varias personas: diferencias y dificultades
6. Barreras y dificultades en la comunicación interpersonal presencial.
7. Expresión verbal:
 8. - Calidad de la información.
 9. - Formas de presentación.
10. - Expresión oral: dicción y entonación.
11. Comunicación no verbal
 12. - Comunicación corporal.
 13. Empatía y asertividad:
 14. - Principios básicos
 15. - Escucha activa.
 16. Comunicación no presencial:
 17. - Características y tipología.
 18. - Barreras y dificultades: Modelos de comunicación telefónica.
 19. - Expresión verbal a través del teléfono.
 20. - Comunicación no verbal: La sonrisa telefónica
 21. - Reglas de la comunicación telefónica.
 22. - El mensaje y el lenguaje en la comunicación telefónica: El lenguaje positivo
 23. Comunicación escrita:
 24. - Cartas, faxes.
 25. - Correo electrónico: elementos clave.
 26. - Mensajería instantánea: características.
 27. - Comunicación en las redes (Intra/Internet).