

TÉCNICO PROFESIONAL EN FIDELIZACIÓN DE CLIENTES Y ATENCIÓN AL CLIENTE



450,00 € - 550,00 €

La atención al cliente es uno de los principales pilares en la competitividad de las empresas del nuevo siglo. Mediante el entendimiento del concepto de marketing de relaciones y su correcta aplicación, se podrán identificar las causas generadoras de lealtad del cliente, así como las consecuencias de éstas para la empresa. Se trata de aumentar la calidad comercial de la empresa, desarrollando habilidades y manejando herramientas que están disponibles, mejorando constantemente el trato con el cliente y, así, conseguir la satisfacción del mismo.

Categorías: [Atención al Cliente](#), [Cursos online](#) |

INFORMACIÓN

Duración	300 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

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

1. MÓDULO 1. CALIDAD EN EL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE

UNIDAD DIDÁCTICA 1. POR QUÉ LA CALIDAD

1. Conceptos Generales.
2. Definiciones de "Calidad".
3. Evolución de la Calidad.
4. Cuánta Calidad Ofrecer.
5. Costes de calidad.
6. Que es un sistema de gestión de la calidad. Historia.
7. Ocho principios de gestión de la calidad.
8. Beneficios de un sistema de gestión de calidad.
9. Círculos de control de calidad.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. DECISIONES QUE INFLUYEN AL CLIENTE

1. Las decisiones sobre los productos.
2. Las decisiones sobre distribución.
3. Las decisiones sobre precios.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. SERVICIO/ASISTENCIA AL CLIENTE

1. Servicio al cliente.
2. La calidad del servicio al cliente.
3. Asistencia al cliente.
4. Indicaciones de la asistencia al cliente.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CALIDAD PERCIBIDA Y SATISFACCIÓN AL CLIENTE

1. Introducción.
2. Herramientas de medida de la calidad percibida.
3. Calidad percibida por el consumidor.
4. Calidad de servicio.
5. ¿Por qué medir la calidad percibida?
6. ¿Por qué resulta difícil medir la calidad percibida?
7. Herramientas para medir la satisfacción del cliente.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL CLIENTE

1. El cliente.
2. Comportamiento del cliente.
3. Necesidades del cliente.
4. Tipos de clientes.
5. Análisis de comportamiento del cliente.
6. Factores de influencia en la conducta del cliente.
7. Modelos de comportamiento del cliente.

UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL VENDEDOR

1. El vendedor
2. Tipos de vendedores
3. Características del buen vendedor.
4. Cómo tener éxito en las ventas.
5. Actividades del vendedor.
6. Nociones de psicología aplicada a la venta.

UNIDAD DIDÁCTICA 7. COMUNICACIÓN VERBAL

1. Introducción.
2. Defectos frecuentes de la comunicación.
3. Leyes de la Comunicación.
4. Principios de la Comunicación.
5. El proceso de Comunicación.
6. Mensajes que faciliten el diálogo.
7. Obstructores de la Comunicación.
8. La retroalimentación.

9. Ruidos y barreras en la Comunicación.
10. La expresión oral en la venta
11. Veinte sugerencias para la Comunicación oral
12. Conclusión: consejos prácticas para mejorar la Comunicación.

UNIDAD DIDÁCTICA 8. ACTITUD Y COMUNICACIÓN NO VERBAL

1. Introducción.
2. ¿Qué es la Comunicación no verbal?
3. Componentes de la Comunicación no verbal.
4. El contacto visual.
5. La proxémica.
6. La postura y la posición.
7. Bloqueos y barreras corporales.
8. Los gestos.
9. El apretón de manos.

UNIDAD DIDÁCTICA 9. TRATAMIENTO DE QUEJAS, DUDAS, RECLAMACIONES Y OBJECIONES

1. Introducción.
2. ¿Por qué surgen las reclamaciones?
3. Directrices en el tratamiento de quejas y objeciones.
4. ¿Qué hacer ante el cliente?
5. ¿Qué no hacer ante el cliente?
6. Actitud ante las quejas y reclamaciones.
7. Tratamiento de dudas y objeciones.
8. Atención telefónica en el tratamiento de quejas.

UNIDAD DIDÁCTICA 10. SEGURIDAD E HIGIENE

1. Seguridad; los riesgos.
2. Higiene y calidad del ambiente.
3. Comfort y ambientes de trabajo.
4. Métodos de conservación y manipulación de alimentos.

UNIDAD DIDÁCTICA 11. ATENCIÓN AL CLIENTE EN EL SIGLO XXI

1. Atención al Cliente en el Siglo XXI
2. MÓDULO 2. FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTOS BÁSICOS

1. Reflexión sobre la comunicación
2. Cliente/Consumidor
3. Queja/Objeción
4. Reclamación
5. Tarea profesional
6. Concepto de calidad
7. Criterios de calidad
8. Concepto de excelencia
9. El equipo y la imagen corporativa
10. La sinergia grupal

UNIDAD DIDÁCTICA 2. SERVICIO/ASISTENCIA AL CLIENTE

1. Servicio al cliente
2. Asistencia al cliente
3. Información y formación del cliente
4. Satisfacción del cliente
5. Formas de hacer el seguimiento
6. Derechos del cliente-consumidor

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LEALTAD AL CLIENTE

1. Marketing Relacional
2. El enfoque del marketing
3. Marketing Relacional (CRM)
4. Concepto de fidelidad
5. El cliente actual
6. Orientación hacia el mercado VS Orientación hacia el producto
7. Concepto de lealtad

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CAUSAS Y CONSECUENCIAS DE LA LEALTAD

1. Causas de la lealtad
2. La percepción del cliente
3. El factor producto
4. La marca
5. El factor precio

6. Canal de distribución
7. La promoción
8. Consecuencias de la lealtad

UNIDAD DIDÁCTICA 5. GESTIÓN DE LA LEALTAD

1. Introducción
2. Diferenciación empresarial
3. Pilares de la empresa
4. Fidelización del cliente interno
5. Fidelización de los inversores
6. La escalera de la lealtad
7. Ofrecimiento de valor al cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL CLIENTE FIEL

1. Concepto de cliente
2. ¿El cliente siempre tiene la razón?
3. El proceso de compra
4. ¿A quién fidelizar?
5. Ventajas de la fidelidad para el cliente
6. Clases de fidelidad del cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 7. EL CLIENTE; LA BASE DE LA FIDELIZACIÓN

1. Introducción
2. Principales causas de la insatisfacción del cliente
3. El decálogo del cliente
4. La excelencia en la atención al cliente
5. La calidad del servicio al cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 8. TRATAMIENTO DE QUEJAS, RECLAMACIONES, DUDAS Y OBJECIONES

1. Introducción
2. ¿Por qué surgen las reclamaciones?
3. Directrices en el tratamiento de quejas
4. ¿Qué hacer ante el cliente?
5. ¿Qué no hacer ante el cliente?
6. Actitud ante las quejas y las reclamaciones

7. Tratamiento de dudas y objeciones
8. Atención telefónica en el tratamiento de quejas

UNIDAD DIDÁCTICA 9. FIDELIZACIÓN Y RETENCIÓN

1. Consideraciones previas
2. Cuestiones prácticas de negociación
3. Estrategias para cerrar la venta
4. Cómo ofrecer un excelente servicio postventa
5. Programas de fidelización
6. Diseño del programa de fidelización
7. Medición de los programas de fi

