

(UF0349) ATENCIÓN AL CLIENTE EN EL PROCESO COMERCIAL



SKU: PD11

Horas: 40

OBJETIVOS

Objetivo General

- Capacitar al alumno para la aplicación de técnicas de comunicación comercial en las operaciones de compraventa, a través de los diferentes canales de comercialización, atendiendo a criterios de calidad de servicio de atención al cliente.
- Efectuar los procesos de recogida, canalización y/o resolución de reclamaciones, y seguimiento de clientes en los servicios postventa.

Objetivos Específicos

- Describir las funciones básicas en un departamento comercial y/o facturación.
- Identificar los procedimientos de comunicación comercial en las operaciones de compraventa en organizaciones tipo.
- Distinguir los canales de comunicación comerciales (páginas Web, convencionales, otros), explicando sus características, ventajas e inconvenientes de utilización.
- Identificar los parámetros de calidad de servicio en los procedimientos de comunicación comercial con el cliente.
- Identificar las fases de un proceso de venta y de atención al cliente.
- Distinguir los tipos de motivaciones habituales del cliente ante la compra de diferentes tipos de productos y/o servicios.
- Transmitir la información con claridad, de manera ordenada y precisa, de forma presencial o telefónica.
- Realizar un guión (entrevista de venta telefónica).
- Conocer y rebatir las objeciones del cliente, minimizando las hostilidades del cliente.
- Distinguir las fases de un proceso postventa describiendo sus características básicas.
- Identificar los productos y/o servicios que precisan necesariamente de un seguimiento y servicio postventa
- Describir el proceso que debe seguir una reclamación.

- Identificar la documentación utilizada para recoger una reclamación describiendo la información que debe contener.

CONTENIDO

Unidad 1: Atención al cliente y comunicación en las operaciones de compraventa.

- Atención al cliente en las operaciones de compraventa.
 - o El departamento comercial. Funciones básicas.
 - o El departamento comercial. Identificación de necesidades y gustos del cliente: Clasificación del cliente.
 - o Procedimiento de comunicación comercial.
 - o Procedimiento de comunicación comercial. Elementos. de comunicación institucional y fases del procedimiento.
 - o Procedimiento de comunicación comercial. Soportes de comunicación.
 - o Identificación del perfil psicológico de los distintos clientes. Aplicaciones de condiciones de venta.
 - o Identificación del perfil psicológico de los distintos clientes. Transmisión de información comercial relevante según el tipo de cliente.
 - o Identificación del perfil psicológico de los distintos clientes. Motivación.
 - o Relación con el cliente a través de distintos canales.
 - o Relación con el cliente a través de distintos canales. Características.
 - o Relación con el cliente a través de distintos canales. Ventajas e inconvenientes.
 - o Relación con el cliente a través de distintos canales. Internet como canal de comunicación.
 - o Criterios de calidad en la atención al cliente: satisfacción al cliente.
 - o Criterios de calidad en la atención al cliente: satisfacción al cliente.
 - o Criterios de calidad en la atención al cliente: satisfacción al cliente.
- Comunicación de información comercial en los procesos de compraventa.
 - o El proceso de compraventa como comunicación.
 - o Tipos y formas de argumentos.

- o Tipos y formas de argumentos. Tratamiento de objeciones.
- o Tipos y formas de argumentos. Técnicas para resolver una objeción.
- o Tipos y formas de argumentos. La objeción precio.
- o Tipos y formas de argumentos. Comunicación de la información sobre los productos.
- o Distintos procesos de compraventa. Venta por catálogo.
- o Distintos procesos de compraventa. Televenta.
- o Distintos procesos de compraventa. Internet y otras formas.

Cuestionario de Autoevaluación UA 01

Actividad de Evaluación UA 01

Unidad 2: Adaptación de la comunicación comercial al telemarketing y la tramitación en los servicios postventa.

- Adaptación de la comunicación comercial al telemarketing.
 - o Aspectos básicos del telemarketing.
 - o La operativa general del teleoperador.
 - o Técnicas de ventas.
 - o Técnicas de venta. Principales técnicas de venta comercial.
 - o Técnicas de venta. Los guiones: Planificar su existencia.
 - o Técnicas de venta. La entrevista: Necesidades de la clientela y el correcto uso de los productos.
 - o Cierre de la venta. Objeciones de los clientes: Principales causas y actitudes.
 - o Cierre de la venta. Minimizar las hostilidades de los clientes.
 - o Cierre de la venta. Signos del cierre de la venta.
 - o Cierre de la venta. Dificultades y técnicas de cierre.
- Tramitación en los servicios postventa.
 - o Seguimiento comercial: concepto.
 - o Fidelización de la clientela.

o Fidelización de la clientela. Bonificaciones.

o Fidelización de la clientela. Vales comerciales y tarjetas de puntos.

o Identificación de quejas y reclamaciones.

o Identificación de quejas y reclamaciones. Quejas y reclamaciones.

o Identificación de quejas y reclamaciones. Las hojas de reclamaciones.

o Identificación de quejas y reclamaciones. Características. Tipología: presenciales y no presenciales.

o Procedimiento de reclamaciones y quejas.

o Valoración de los parámetros de calidad del servicio y su importancia o consecuencias de su no existencia.

o Aplicación de la confidencialidad a la atención prestada en los servicios de postventa.

Cuestionario de Autoevaluación UA 02

Actividad de Evaluación UA 02

Cuestionario de Evaluación final UF0349