



Gestión de la Atención al Cliente/Consumidor

Metodología

- A través de un enlace a la plataforma se introduce un usuario y un password para poder acceder al curso de referencia.
- El alumno deberá superar las distintas unidades o capítulos de los que se componen los módulos, realizando los test, casos prácticos o ejercicios que se le vayan presentando.
- Cada curso tiene un tutor / a asignado, el cual podrá enviar a los alumnos aquellos ejercicios adicionales y pruebas de aptitud que considere necesarias.
- A los alumnos que resulten APTOS se les enviará un CERTIFICADO.

Objetivos

Objetivos Generales

- Analizar las características de una empresa / organización para transmitir la imagen más adecuada.
- Aplicar los procedimientos adecuados para la obtención de información necesaria en la gestión de control de calidad del servicio prestado por una empresa/organización.

Objetivos Específicos

- Conocer las características de la atención al cliente en los distintos tipos de empresa.
- Identificar las dependencias funcionales existentes en el departamento de atención al cliente. Ser capaz de confeccionar un organigrama funcional de una Organización.
- Describir los distintos canales de comunicación de la empresa con el cliente.
- Conocer los fundamentos del Marketing relacional.
- Análisis comparativo de la información suministrada por el cliente.
- Distinguir las variables que influyen en la atención al cliente.
- Identificar y ser capaz de confeccionar un cuestionario de satisfacción del cliente.
- Ágil actuación ante Averías y Reclamaciones.
- Documentos usados en la atención al cliente.
- Conocer el servicio post-venta que puede ofrecerse como medio de satisfacción del cliente.
- Entender los procesos de calidad en la Empresa.
- Conocer las distintas normas ISO en materia de gestión de calidad.
- Entender la importancia de un sistema de gestión de la calidad del servicio.

- Conocer la calidad y satisfacción del cliente.
- Aplicar los distintos métodos de evaluación de la calidad del servicio de atención al cliente.
- Saber aplicar las medidas correctoras para la implantación de un sistema de calidad de satisfacción del cliente.
- Conocer los elementos de control de los que dispone la Empresa para un sistema de Calidad Total.
- Conocer el contenido de la Ordenación del Comercio Minorista y sus implicaciones en la atención a la clientela.
- Contenido de los servicios de la Sociedad de la Información y el Comercio electrónico así como sus implicaciones.
- Contenido de la ley de Protección de Datos y su implicación en las relaciones con la clientela.
- Contenido de la Ley General de Defensa de los Consumidores y Usuarios.
- Regulación autonómica y local de protección a la persona consumidora.

Duración

60 horas

Convocatorias

Las convocatorias están abiertas todo el año, puedes comenzar el curso el día que mejor te venga.

Programa

Unidad 1: Procesos de atención al cliente/consumidor

- Concepto y características de la función de atención al cliente
- Dependencia funcional del departamento de atención al cliente
- Factores fundamentales desarrollados en la atención al cliente
- El marketing en la empresa y su relación con el departamento de atención al cliente
- La información suministrada por la clientela
- Documentación implicada en la atención a la clientela
- Servicio post-venta

Unidad 2: Calidad en la prestación del servicio de atención al cliente

- Procesos de calidad en la empresa
- Concepto y características de la calidad del servicio
- Ratios de control y medición de la calidad y satisfacción de la clientela

Unidad 3: Aspectos legales en la relación con la atención al cliente

- Ordenación del comercio minorista
- Servicios de la sociedad de la información y el comercio electrónico
- Ley orgánica de protección de datos (LOPD)
- Protección a la persona consumidora (LGDCU)
- Regulación autonómica y local de protección a la persona consumidora

Protección de las personas consumidoras en países europeos