



CURSO GRATUÍTO DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN EL PROCESO COMERCIAL PARA TRABAJADORES Y AUTÓNOMOS



- Código: UF0349 -Pertenece al módulo formativo: MF0976_2: Operaciones administrativas comerciales del Certificado de Profesionalidad: **(ADGG0208) ACTIVIDADES ADMINISTRATIVAS EN LA RELACIÓN CON EL CLIENTE**
- **PARA QUÉ TE PREPARA:**
 1. Aplicar las 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.
 2. Efectuar los procesos de recogida, canalización y/o resolución de reclamaciones, y seguimiento de clientes en los servicios postventa.
- **PÚBLICO OBJETIVO:** trabajadores por cuenta ajena y autónomos que cumplan los requisitos formativos de acceso.
- **REQUISITOS FORMATIVOS DE ACCESO** por ser un Curso de Nivel de cualificación profesional: 2 - Graduado escolar o Eso / certificado profesionalidad nivel 2 /certificado de profesionalidad nivel 1 misma familia y área profesional/ en los ciclos de grado medio, poseer titulación académica o superar pruebas de acceso/ mayores de 25 y/o 45 años con acceso a la universidad superado / tener las competencias clave necesarias reguladas en el Real Decreto 189/2013, de 15 de marzo
- **DURACIÓN TOTAL:** 40 horas
- **Nº DE PLAZAS:** 15 plazas.
- **INICIO:** A partir de diciembre de 2017
- **HORARIO:** a determinar
- **MODALIDAD:** presencial

- **Gratuito** ya que está **subvencionado por el SEPE** (Servicio Público de Empleo Estatal)

PROGRAMA FORMATIVO

1. Atención al cliente en las operaciones de compraventa.

- El departamento comercial:
 - Funciones básicas.
 - Identificación de necesidades y gustos del cliente: clasificación del cliente.
- Procedimiento de comunicación comercial:
 - Elementos de comunicación institucional.
 - Fases del procedimiento.
 - Soportes de la comunicación.
 - Tratamiento hacia el cliente: léxico correcto, formulación adecuada de preguntas/respuestas y otras técnicas.
- Identificación del perfil psicológico de los distintos clientes:
 - Aplicación de condiciones de venta.
 - Transmisión de información comercial relevante según el tipo de cliente.
 - Motivación.
- Relación con el cliente a través de distintos canales:
 - Características.
 - Ventajas e inconvenientes.
 - Internet como canal de comunicación.
- Criterios de calidad en la atención al cliente: satisfacción del cliente.
- Aplicación de la confidencialidad en la atención al cliente.

2. Comunicación de información comercial en los procesos de compraventa.

- El proceso de compraventa como comunicación:
 - Aspectos básicos: Identificación de la comunicación en la venta.
 - Técnicas y medios de comunicación de la compra y la venta.
 - Argumentación comercial.
 - Tratamiento de objeciones.
 - Comunicación de la información sobre los productos:
 - La venta telefónica.
 - La venta por catálogo.
 - Televenta. ▫ Internet y otras formas.



3. Adaptación de la comunicación comercial al Telemarketing.

- Aspectos básicos del Telemarketing:
 - Conceptos: Marketing, Telemarketing, teleoperador, sectores empresariales del mercado y otros. - La operativa general del teleoperador:
 - Conectar con el cliente.
 - Motivación del teleoperador hacia la comunicación.
 - Afianzar actitudes positivas del teleoperador.
- Técnicas de venta:
 - Principales técnicas de venta comercial.
 - Los guiones: planificar su existencia.
 - La entrevista: necesidades de los clientes y el correcto uso de los productos..
 - Elementos para el éxito de las distintas técnicas de venta.
- Cierre de la venta:
 - Objeciones de los clientes: principales causas y actitudes.
 - Minimizar las hostilidades de los clientes.
 - Tipología de cierres de venta

4. Tramitación en los servicios de postventa.

- Seguimiento comercial: concepto.
- Fidelización de la clientela:
 - Instrumentos de fidelización: bonificaciones, tarjetas de puntos o de club, cupones descuento y otros.
 - Finalidad.
- Identificación de quejas y reclamaciones.
 - Concepto.
 - Características.
 - Tipología: presenciales y no presenciales.
- Procedimiento de reclamaciones y quejas:
 - Recepción.
 - Formulación documental.
 - Resolución de dudas.
- Valoración de los parámetros de calidad del servicio y su importancia o consecuencias de su no existencia.
- Aplicación de la confidencialidad a la atención prestada en los servicios de postventa