Gestión de la Atención al Cliente/Consumidor



Código: 09066

Unidad Formativa:
UF0036 - Gestión de la Atención al Cliente/Consumidor

Módulo: MF0241_2 - INFORMACION Y ATENCION AL CLIENTE/CONSUMIDOR/USUARIO

Certificado de Profesionalidad:
COMV0108 - ACTIVIDADES DE VENTACOMT0110 - ATENCIÓN AL CLIENTE, CONSUMIDOR O USUARIO

Modalidad: ONLINE

Duración: 60h.

Metodología

El Curso está desarrollado con una metodología a distancia/online. Este sistema de enseñanza está organizado de tal forma que el alumno pueda compatibilizar el estudio con sus ocupaciones laborales o profesionales. También permite el acceso al curso a aquellas personas que viven en zonas rurales y que tienen interés en continuar formándose.
El alumno tiene que seguir un aprendizaje sistemático y un ritmo de estudio, adaptado a su disponibilidad de tiempo.

Se dispondrá de un extenso material sobre los aspectos teóricos del curso que deberá estudiar para la realización de pruebas objetivas tipo test. Para el aprobado, se exigirá un mínimo de 50% del total de las respuestas acertadas. Durante todo el transcurso de la formación, dispondrá de la atención de los tutores, así como la posibilidad de realizar consultas a través de la plataforma de teleformación para cursos online. Entre el material entregado en este curso, se adjunta un documento llamado *Guía didáctica del alumno* donde aparece el horario de tutorías y demás información relevante.

El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá de la modalidad elegida y de las horas de formación. La titulación será remitida por correo una vez corregido su examen, o puesta a su disposición en la plataforma de teleformación una vez finalizado el curso.

Profesorado, medios y titulación

Nuestro centro de formación ha sido fundado en 1996 y en la actualidad, tiene presencia a nivel nacional disponiendo de una plantilla de más de 800 docentes entre personal laboral y freelance. Todos ellos son especialistas en diferentes familias profesionales y les acreditan los numerosos cursos que han impartido para nuestro grupo empresarial. Entre nuestro staff de formadores se encuentran ingenieros, arquitectos, economistas, informáticos, publicistas, diseñadores, médicos, enfermeros, veterinarios, fisioterapeutas, psicólogos, sociólogos, periodistas, filólogos, abogados, cocineros, licenciados en administración de empresas, licenciados en actividades físicas y deportivas, jardineros, peluqueros, educadores sociales, etc.

En todos nuestros cursos, independientemente de la metodología, se ponen a disposición del alumno los medios y materiales docentes necesarios para el desarrollo del mismo.
En los cursos en modalidad e-learning, las consultas y tutorías se pueden realizar a través de teléfono, email y la propia plataforma de teleformación.

En cuanto a la titulación, mostramos a continuación, el modelo de diploma que obtendrás a la finalización del curso:


Fundación Estatal
PARA LA FORMACIÓN EN EL EMPLEO

DIPLOMA
ACREDITATIVO

D./Dña. **XXXXX XXXXX XXXXX** con D.N.I. **11111111H**, ha realizado, con pleno aprovechamiento, el curso titulado **Curso Intensivo de Inglés B2**, con Código **19656** Grupo **30694**, entre los días **29/06/2023** y**30/08/2023**, con una duración total de **56** horas, en la modalidad formativa **ONLINE**

Contenidos impartidos (Ver Dorso)

Firma y sello de la entidad responsable de impartir la formación

Telf.: 91 1097505
www.aulaforma.es

Fecha de expedición
31 AGO 2023

Firma del alumno

Requistos previos

No hay requisitos previos, ni formativos ni profesionales.

Salidas profesionales

Este curso está específicamente diseñado para incrementar la cualificación profesional en la familia o sector correspondiente.

Objetivos

Este curso capacita al alumnado para desempeñar con solvencia las funciones de atención al cliente y al consumidor en empresas fabricantes, distribuidoras y de servicios, así como para coordinar la relación del departamento de atención al cliente con las áreas comercial, financiera y de ventas. A lo largo del recorrido se estudia el funcionamiento de la función de atención, los factores y variables que la condicionan, el marketing relacional y los canales de comunicación presenciales y no presenciales, el tratamiento de la información del cliente, las averías y las reclamaciones, y los sistemas de calidad, control y medición de la satisfacción. El alumnado aprende a documentar la actividad, a aplicar ratios y métodos de evaluación del servicio y a interpretar el marco legal que ordena el comercio minorista, los servicios de la sociedad de la información, la protección de datos y la defensa de los consumidores. Al finalizar, el alumnado será capaz de diseñar, ejecutar y mejorar procesos de atención al cliente orientados a la calidad, de resolver consultas y reclamaciones con criterios técnicos y legales, y de contribuir a la fidelización y a la satisfacción del cliente.

Contenidos

Módulo 1: La función de atención al cliente en la empresa
1.1 - Concepto y características de la función de atención al cliente
1.2 - La atención al cliente en empresas fabricantes y distribuidoras
1.3 - Empresas de relaciones con clientes y servicios de atención al cliente
1.4 - El defensor del cliente: pautas y tendencias
1.5 - Dependencia funcional y organización del departamento en el organigrama
1.6 - Interrelaciones con las áreas comercial, financiera y de ventas
Resumen del módulo 1
Módulo 2: Factores y variables que condicionan la atención al cliente
2.1 - Naturaleza y efectos de la atención al cliente
2.2 - Normativa aplicable: productos y ámbitos regulados
2.3 - El posicionamiento y la imagen de la empresa
2.4 - Relaciones públicas y proyección externa
2.5 - Variables del entorno que influyen en la atención al cliente
2.6 - Expectativas, percepciones y confianza del cliente
Resumen del módulo 2
Módulo 3: Marketing relacional y canales de comunicación con el cliente
3.1 - El marketing en la empresa y su relación con la atención al cliente
3.2 - Marketing relacional y fidelización de clientes
3.3 - Gestión de las relaciones con clientes
3.4 - Canales presenciales de comunicación con el cliente
3.5 - Canales no presenciales y atención a distancia
3.6 - Obtención y recogida de información del cliente
Resumen del módulo 3
Módulo 4: Información del cliente, documentación y servicio posventa
4.1 - Naturaleza y valor de la información suministrada por el cliente
4.2 - Análisis comparativo de la información recibida
4.3 - Cuestionarios y herramientas de recogida de datos
4.4 - La satisfacción del cliente como indicador
4.5 - Averías y reclamaciones: cauce y tratamiento
4.6 - Documentación implicada en la atención al cliente
4.7 - El servicio posventa
Resumen del módulo 4
Módulo 5: Calidad en la prestación del servicio de atención al cliente
5.1 - Los procesos de calidad en la empresa
5.2 - Concepto y características de la calidad de servicio
5.3 - Importancia y objeto de la calidad de servicio
5.4 - Calidad y satisfacción del cliente
5.5 - Cultura de servicio y compromiso de la organización
5.6 - Barreras y errores frecuentes en la prestación del servicio
Resumen del módulo 5
Módulo 6: Control, medición y mejora de la calidad del servicio
6.1 - Elementos de control de la calidad del servicio

6.2 - Ratios e indicadores de control
6.3 - Métodos de evaluación de la calidad del servicio de atención al cliente
6.4 - Sistemas de medición de la satisfacción del cliente
6.5 - Medidas correctoras y planes de acción
6.6 - Seguimiento de resultados y mejora continua
Resumen del módulo 6
Módulo 7: Aspectos legales del comercio y de los servicios digitales
7.1 - La Ordenación del Comercio Minorista: contenido
7.2 - Implicaciones de la Ordenación del Comercio Minorista en la atención a clientes
7.3 - Los Servicios de la Sociedad de la Información y el Comercio Electrónico: contenido
7.4 - Implicaciones en la atención al cliente y en la contratación electrónica
7.5 - Información y transparencia en la relación comercial digital
7.6 - Buenas prácticas y resolución de conflictos en el comercio electrónico
Resumen del módulo 7
Módulo 8: Protección de datos y defensa de los consumidores
8.1 - La protección de datos: contenido y principios
8.2 - Implicaciones de la protección de datos en las relaciones con clientes
8.3 - La Ley General de Defensa de los Consumidores y Usuarios
8.4 - Regulación autonómica y local de protección al consumidor
8.5 - Derechos y garantías del consumidor en la atención comercial
8.6 - Atención de reclamaciones y vías de resolución de conflictos
Resumen del módulo 8