Técnicas de Información y Atención al Cliente/Consumidor



Código: 09075

Unidad Formativa:
UF0037 - Técnicas de Información y 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 gestionar la información que genera la relación con la clientela y para comunicarse con ella de forma eficaz en cualquier canal, presencial o a distancia, con un enfoque orientado a la calidad del servicio y al cumplimiento de las obligaciones de protección de datos. A lo largo del recorrido se trabaja el tratamiento de quejas, reclamaciones y cuestionarios de satisfacción, el archivo y registro documental, el manejo de bases de datos y la elaboración de informes útiles para la mejora del servicio. La dimensión comunicativa ocupa un lugar central: se entrenan la expresión verbal y no verbal, la empatía, la asertividad y la escucha activa, así como las pautas propias de la atención telefónica y de la comunicación escrita y digital. Está dirigido a personal de atención al cliente, consumidor y usuario, y a quienes desempeñan tareas de información y relación con el público en empresas y organizaciones. Al finalizar, el alumnado será capaz de organizar y explotar la información de la clientela con criterios de confidencialidad y calidad, y de aplicar técnicas de comunicación interpersonal que atiendan las necesidades y expectativas del cliente/consumidor/usuario con profesionalidad.

Contenidos

Módulo 1: La información del cliente/consumidor y su valor para la empresa
1.1 - El cliente/consumidor/usuario como fuente de información
1.2 - Tipología de la información del cliente y utilidad para la organización
1.3 - Las quejas: origen, registro y tratamiento
1.4 - Las reclamaciones: criterios de actuación y tramitación
1.5 - Los cuestionarios de satisfacción: diseño, aplicación y explotación
1.6 - Canales de recogida de la información de la clientela
Resumen del módulo 1
Módulo 2: Archivo y registro de la información del cliente
2.1 - Naturaleza y finalidad del archivo en el departamento de atención al cliente
2.2 - Criterios de clasificación y ordenación de la documentación
2.3 - Técnicas de archivo: sistemas, soportes y equipos
2.4 - Elaboración y mantenimiento de ficheros de clientes
2.5 - Ciclo de vida del documento y plazos de conservación
2.6 - Procedimientos de gestión y tratamiento de la información dentro de la empresa
2.7 - Seguridad, confidencialidad y control de accesos al archivo
Resumen del módulo 2
Módulo 3: Bases de datos para el tratamiento de la información
3.1 - Estructura y funciones de una base de datos
3.2 - Tipos de bases de datos
3.3 - Bases de datos documentales
3.4 - Búsqueda y recuperación de archivos y registros
3.5 - Grabación, modificación y borrado de información
3.6 - Consulta de información y explotación de los resultados
3.7 - Calidad e integridad de los datos almacenados
Resumen del módulo 3
Módulo 4: Protección de datos en las bases de datos de clientes
4.1 - Marco normativo de protección de datos aplicable a la clientela
4.2 - Datos personales, tratamiento y responsables en la organización
4.3 - Procedimientos de protección de datos en la empresa
4.4 - Derechos de las personas y atención de sus solicitudes
4.5 - Medidas de seguridad y prevención de incidentes
4.6 - Buenas prácticas y obligaciones del personal de atención al cliente
Resumen del módulo 4
Módulo 5: Confección y presentación de informes
5.1 - Función del informe en la atención al cliente/consumidor
5.2 - Tipos de informes y destinatarios
5.3 - Fases de elaboración: recogida, análisis y redacción
5.4 - Estructura y contenido del informe
5.5 - Tratamiento de datos y representación gráfica de resultados
5.6 - Presentación oral de conclusiones
5.7 - Criterios de calidad y revisión del informe
Resumen del módulo 5

Módulo 6: El proceso de comunicación interpersonal
6.1 - Elementos de la comunicación: objetivos, sujetos y contenidos
6.2 - Sistemas de comunicación: evolución y desarrollo
6.3 - Comunicación presencial y comunicación no presencial
6.4 - Comunicación con una persona y comunicación con grupos: diferencias y dificultades
6.5 - Barreras y dificultades en la comunicación interpersonal presencial
6.6 - El contexto y el clima de la comunicación
Resumen del módulo 6
Módulo 7: Expresión verbal y comunicación no verbal
7.1 - Calidad de la información transmitida
7.2 - Formas de presentación del mensaje
7.3 - Expresión oral: dicción, entonación y ritmo
7.4 - Vocabulario y registro adecuados al cliente/consumidor
7.5 - La comunicación corporal
7.6 - Gestos, mirada y distancia en la atención al cliente
Resumen del módulo 7
Módulo 8: Empatía, asertividad y escucha activa
8.1 - Principios básicos de la empatía
8.2 - La asertividad en la relación con el cliente/consumidor
8.3 - La escucha activa: técnica y actitudes
8.4 - Formulación de preguntas y reformulación del mensaje
8.5 - Atención a clientes difíciles y situaciones de tensión
8.6 - Confirmación del mensaje y retroalimentación
Resumen del módulo 8
Módulo 9: Comunicación no presencial y atención telefónica
9.1 - Características y tipología de la comunicación no presencial
9.2 - Barreras y dificultades de la comunicación a distancia
9.3 - Modelos de comunicación telefónica
9.4 - Expresión verbal a través del teléfono
9.5 - Comunicación no verbal en la llamada: la sonrisa telefónica
9.6 - Reglas de la comunicación telefónica
9.7 - El mensaje y el lenguaje positivo en la comunicación telefónica
Resumen del módulo 9
Módulo 10: Comunicación escrita y digital con el cliente
10.1 - Características de la comunicación escrita
10.2 - Cartas y faxes: estructura y estilo
10.3 - El correo electrónico: elementos clave
10.4 - Mensajería instantánea: características y uso profesional
10.5 - Comunicación en redes internas y externas (Intra/Internet)
10.6 - Normas de estilo y cortesía en la comunicación digital
10.7 - Coherencia de la imagen de la empresa en los canales escritos
Resumen del módulo 10