ATENCIÓN AL CLIENTE EN EL PROCESO COMERCIAL. UF0349

SKU: EVOL-1433-VNO-A | **Categorías:** ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN, Gestión de la información y comunicación

INFORMACIÓN DEL CURSO

Horas	50
Más información	CONTENIDO ADAPTADO A CERTIFICADO DE PROFESIONALIDAD

CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

Atención al cliente en el proceso comercial

Objetivos

- 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.
- Efectuar los procesos de recogida canalización y/o resolución de reclamaciones y seguimiento de clientes en los servicios postventa.

Contenidos

Módulo 1. Atención al Cliente en las operaciones de compraventa.

UD1. El departamento comercial.

1.1. Funciones básicas.

1.2. Identificación de necesidades y gustos del cliente: clasificación del cliente.

UD2. Procedimiento de comunicación comercial.

2.1. Elementos de comunicación institucional.

2.2. Fases del procedimiento.

2.3. Soportes de la comunicación.

2.4. Tratamiento hacia el cliente: léxico correcto formulación adecuada de preguntas/respuestas y otras técnicas.

UD3. Identificación del perfil psicológico de los distintos clientes.

3.1. Aplicación de condiciones de venta.

3.2. Transmisión de información comercial relevante según el tipo de cliente.

3.3. Motivación.

UD4. Relación con el cliente a través de distintos canales: características. Ventajas e inconvenientes.

4.1. Internet como canal de comunicación.

UD5. Criterios de calidad en la atención al cliente: satisfacción del cliente.

UD6. Aplicación de la confidencialidad en la atención al cliente.

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

UD1. El proceso de compraventa como comunicación.

1.1. Aspectos básicos: identificación de la comunicación en la venta. Técnicas y medios de comunicación de la compra y la venta.

1.2. Argumentación comercial.

1.3. Tratamientos de objeciones.

1.4. Comunicación de la información sobre los productos.

UD2. La venta telefónica. La venta por catálogo. Televenta. Internet y otras formas.

Módulo 3. Adaptación de la comunicación comercial al telemarketing.

UD1. Aspectos básicos del telemarketing.

1.1. Conceptos: marketing telemarketing teleoperador sectores empresariales del mercado y otros.

UD2. La operativa general del teleoperador.

2.1. Conectar con el cliente.

2.2. Motivación del teleoperador hacia la comunicación.

2.3. Afianzar actitudes positivas del teleoperador.

UD3. Técnicas de venta.

3.1. Principales técnicas de venta comercial.

3.2. Los guiones: planificar su existencia.

3.3. La entrevista: necesidades de los clientes y el correcto uso de los productos.

3.4. Elementos para el éxito de las distintas técnicas de venta.

UD4. Cierre de la venta.

4.1. Objeciones de los clientes: principales causas y actitudes.

4.2. Minimizar las hostilidades de los clientes.

4.3. Tipologías de cierres de venta.

Módulo 4. Tramitación en los servicios de postventa.

UD1. Seguimiento comercial: concepto.

UD2. Fidelización de la clientela: instrumentos de fidelización: bonificaciones tarjetas de puntos o de club cupones descuento y otros. Finalidad.

2.1. Fidelización de clientes. Concepto y ventajas.

2.2. Relaciones con el cliente y calidad del servicio: clientes prescriptores.

2.3. Estrategias de fidelización.

UD3. Identificación de quejas y reclamaciones. Concepto. Características. Tipología: presenciales y no presenciales.

3.1. Conflictos y reclamaciones en la venta.

3.2. Gestión de quejas y reclamaciones.

UD4. Procedimiento de reclamaciones y quejas: Recepción. Formulación documental. Resolución de dudas.

4.1. Documentación y pruebas.

4.2. Las hojas de reclamaciones: elementos y cumplimentación.

4.3. Tramitación: procedimiento y consecuencias de las reclamaciones.

4.4. Las Oficinas Municipales de Información al Consumidor (OMIC.

4.5. Resolución de reclamaciones.

UD5. Valoración de los parámetros de calidad del servicio y su importancia o consecuencias de su no existencia.

UD6. Aplicación de la confidencialidad a la atención prestada en los servicios de postventa.

El curso online de Atención al Cliente en el Proceso Comercial es una oportunidad única para adquirir habilidades y

conocimientos fundamentales en el área de Atención al Cliente, particularmente enfocados en el contexto del Proceso comercial. Este programa está diseñado para una fuente que se destaca en el ámbito de las ventas y la atención al cliente, brindando un servicio excepcional que genera satisfacción y fidelización.

Durante el curso, los participantes aprenderán sobre las mejores prácticas en atención al cliente, técnicas de comunicación efectiva, resolución de conflictos, gestión de quejas y reclamaciones, entre otros aspectos clave para garantizar una experiencia positiva para el cliente en todo el proceso comercial. Esto también incluye temas como la importancia de la empatía, la actividad y la personalización del servicio.

Este curso es ideal para profesionales que trabajan en áreas comerciales, ventas, atención al cliente o cualquier persona interesada en mejorar sus habilidades de comunicación y servicio al cliente. ¡No pierdas la oportunidad de potenciar tu carrera con nuestro curso online de Atención al Cliente en el Proceso Comercial! ¡Inscríbete ahora y conviértete en un experto en satisfacer las necesidades de tus clientes!

Tal vez te pueda interesar este curso: Atención al cliente/consumidor en inglés

O tal vez este otro curso: TRATAMIENTO Y GESTIÓN DE QUEJAS Y RECLAMACIONES

Síguenos en. Instagram