

Atención básica al cliente (MF1329_1)

Atención básica al cliente (MF1329_1)

Duración: 50 horas

Precio: consultar euros.

Modalidad: e-learning

Metodología:

El Curso será desarrollado con una metodología a Distancia/on line. El sistema de enseñanza a distancia está organizado de tal forma que el alumno pueda compatibilizar el estudio con sus ocupaciones laborales o profesionales, también se realiza en esta modalidad para permitir el acceso al curso a aquellos alumnos que viven en zonas rurales lejos de los lugares habituales donde suelen realizarse los cursos y que tienen interés en continuar formándose. En este sistema de enseñanza el alumno tiene que seguir un aprendizaje sistemático y un ritmo de estudio, adaptado a sus circunstancias personales de tiempo

El alumno 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 75% del total de las respuestas acertadas.

El Alumno tendrá siempre que quiera a su disposición la atención de los profesionales tutores del curso. Así como consultas telefónicas y a través de la plataforma de teleformación si el curso es on line. Entre el material entregado en este curso se adjunta un documento llamado Guía del Alumno dónde aparece un horario de tutorías telefónicas y una dirección de e-mail dónde podrá enviar sus consultas, dudas y ejercicios El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá del tipo de curso elegido y de las horas del mismo.

© icaformación2026

Profesorado:

Nuestro Centro fundado en 1996 dispone de 1000 m2 dedicados a formación y de 7 campus virtuales.

Tenemos una extensa plantilla de profesores especializados en las diferentes áreas formativas con amplia experiencia docentes: Médicos, Diplomados/as en enfermería, Licenciados/as en psicología, Licencidos/as en odontología, Licenciados/as en Veterinaria, Especialistas en Administración de empresas, Economistas, Ingenieros en informática, Educadodores/as sociales etc…

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas de las siguientes formas:

-Por el aula virtual, si su curso es on line
-Por e-mail
-Por teléfono

Medios y materiales docentes

-Temario desarrollado.

-Pruebas objetivas de autoevaluación y evaluación.

-Consultas y Tutorías personalizadas a través de teléfono, correo, fax, Internet y de la Plataforma propia de Teleformación de la que dispone el Centro.



© icaformación2026

Titulación:

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por correo o mensajería la titulación que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Programa del curso:

1. Técnicas de comunicación con clientes.
1.1. Procesos de información y de comunicación.
1.2. Barreras en la comunicación con el cliente.
1.3. Puntos fuertes y débiles en un proceso de comunicación.
1.4. Elementos de un proceso de comunicación efectiva
1.4.1. Estrategias y pautas para una comunicación efectiva
1.5. La escucha activa
1.5.1. Concepto, utilidades y ventajas de la escucha efectiva
1.5.2. Signos y señales de escucha
1.5.3. Componentes actitudinales de la escucha efectiva
1.5.4. Habilidades técnicas y personas de la escucha efectiva
1.5.5. Errores en la escucha efectiva
1.6. Consecuencias de la comunicación no efectiva.
2. Técnicas de atención básica a clientes.
2.1. Tipología de clientes.
2.2. Comunicación verbal y no verbal.
2.2.1. Concepto.
2.2.2. Componentes.
2.2.3. Signos de comunicación corporal no verbal.
2.2.4. La imagen personal.
2.3. Pautas de comportamiento:
2.3.1. Disposición previa
2.3.2. Respeto y amabilidad
2.3.3. Implicación en la respuesta

© icaformación2026

2.3.4. Servicio al cliente
2.3.5. Vocabulario adecuado
2.4. Estilos de respuesta en la interacción verbal: asertivo, agresivo y no asertivo.
2.5. Técnicas de asertividad:
2.5.1. Disco rayado
2.5.2. Banco de niebla
2.5.3. Libre información
2.5.4. Aserción negativa
2.5.5. Interrogación negativa
2.5.6. Autorrevelación
2.5.7. Compromiso viable
2.5.8. Otras técnicas de asertividad
2.6. La atención telefónica.
2.6.1. El lenguaje y la actitud en la atención telefónica.
2.6.2. Recursos en la atención telefónica: voz, tiempo, pausas, silencios.
2.7. Tratamiento de cada una de las situaciones de atención básica:
2.7.1. Solicitud de información de localización
2.7.2. Solicitud de información de localización de producto
2.7.3. Solicitud de información de precio
2.7.4. Quejas básicas y reclamaciones
2.8. El proceso de atención de las reclamaciones en el establecimiento comercial o en el reparto domiciliario.
2.9. Pautas de comportamiento en el proceso de atención a las reclamaciones:
2.9.1. No ignorar ninguna reclamación
2.9.2. Mantener la calma y practicar escucha activa
2.9.3. Transmitir respeto y amabilidad
2.9.4. Pedir disculpas
2.9.5. Ofrecer una solución o tramitación lo más rápida posible
2.9.6. Despedida y agradecimiento
2.10. Documentación de las reclamaciones e información que debe contener
3. La calidad del servicio de atención al cliente.
3.1. Concepto y origen de la calidad.
3.2. La gestión de la calidad en las empresas comerciales.
3.3. El control y el aseguramiento de la calidad.
3.4. La retroalimentación del sistema.
3.4.1. Calidad y seguimiento de la atención al cliente
3.4.2. Documentación de seguimiento: el registro de quejas, sugerencias y reclamaciones
3.5. La satisfacción del cliente.
3.5.1. Técnicas de control y medición.
3.5.2. Principales motivos de no satisfacción y sus consecuencias.
3.6. La motivación personal y la excelencia empresarial
3.7. La reorganización según criterios de calidad

© icaformación2026

3.8. Las normas ISO 9000
3.8.1. Funcionamiento de la certificación

6.3.4. Programas de gráficos.
6.3.5. Correo electrónico.
6.3.6. Antivirus
6.4. Adquisición legal de los programas.
6.5. Programas específicos para la gestión administrativa contable del alojamiento rural

© icaformación2026