



Gestión de la atención al cliente / consumidor (UF0036)

Gestión de la atención al cliente / consumidor (UF0036)

Duración: 60 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.

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, Licenciados/as en odontología, Licenciados/as en Veterinaria, Especialistas en Administración de empresas, Economistas, Ingenieros en informática, Educadores/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.



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. Procesos de atención al cliente/consumidor/usuario
 - 1.1 Concepto y características de la función de atención al cliente:
 - 1.1.1 Empresas fabricantes.
 - 1.1.2 Empresas distribuidoras.
 - 1.1.3 Empresas de relaciones con clientes y servicios de atención al cliente.
 - 1.1.4 El defensor del cliente: pautas y tendencias.
 - 1.2 Dependencia funcional del departamento de atención al cliente:
 - 1.2.1 Organización funcional de las empresas: Organigrama
 - 1.2.2 Interrelaciones del departamento de atención al cliente: comercial, financiero y de ventas.
 - 1.3 Factores fundamentales desarrollados en la atención al cliente:
 - 1.3.1 Naturaleza.
 - 1.3.2 Efectos.
 - 1.3.3 Normativa: productos y ámbitos regulados.
 - 1.4 El marketing en la empresa y su relación con el departamento de atención al cliente:
 - 1.4.1 Marketing relacional.
 - 1.4.2 Relaciones con clientes.
 - 1.4.3 Canales de comunicación con el cliente: tanto presenciales como no presenciales.
 - 1.4.4 Obtención y recogida de información del cliente.
 - 1.5 Variables que influyen en la atención al cliente:
 - 1.5.1 Posicionamiento e imagen.
 - 1.5.2 Relaciones públicas.
 - 1.6 La información suministrada por el cliente.
 - 1.6.1 Análisis comparativo.
 - 1.6.2 Naturaleza de la información.

- 1.6.3 Cuestionarios.
- 1.6.4 Satisfacción del cliente.
- 1.6.5 Averías.
- 1.6.6 Reclamaciones.
- 1.7 Documentación implicada en la atención al cliente.
- 1.8 Servicio Postventa.
- 2. Calidad en la prestación del servicio de atención al cliente/consumidor/usuario
 - 2.1 Procesos de calidad en la empresa.
 - 2.2 Concepto y características de la calidad de servicio.
 - 2.2.1 Importancia.
 - 2.2.2 Objeto.
 - 2.2.3 Calidad y satisfacción del cliente.
 - 2.3 Ratios de control y medición de la calidad y satisfacción del cliente.
 - 2.3.1 Elementos de control.
 - 2.3.2 Métodos de evaluación de la calidad del servicio de atención al cliente.
 - 2.3.3 Medidas correctoras.
- 3. Aspectos legales en relación con la atención al cliente/consumidor/usuario
 - 3.1 Ordenación del Comercio Minorista:
 - 3.1.1 Contenido
 - 3.1.2 Implicaciones en la atención a clientes.
 - 3.2 Servicios de la Sociedad de la Información y el Comercio Electrónico
 - 3.2.1 Contenido.
 - 3.2.2 Implicaciones.
 - 3.3 Protección de Datos:
 - 3.3.1 Contenido
 - 3.3.2 Implicaciones en las relaciones con clientes.
 - 3.4 Protección al consumidor:
 - 3.4.1 Ley General de Defensa de los consumidores y usuarios.
 - 3.4.2 Regulación autonómica y local de protección al consumidor.