



Atención al cliente. Peluquerías.

Atención al cliente. Peluquerías.

Duración: 80 horas

Precio: 420 euros.

Modalidad: A distancia

Objetivos:

Conocer las claves para una correcta atención al cliente. Aprender a saludar y a despedir dentro de la excelencia. Dominar las técnicas de marketing para mantener el negocio y ser competitivos. Aprovechar las ventajas que tiene el teléfono para dar un valor añadido al servicio. Cuidar la comunicación en el ámbito laboral. Controlar el lenguaje oral y gestual. Descubrir las habilidades innatas y potenciarlas. Conocer los tipos de clientes y su comportamiento. Aprender a tratar a cada cliente con sus peculiaridades. Cómo se pueden fidelizar los clientes. Conocer cuál es el nivel de satisfacción de nuestro cliente. Aprender a manejar cualquier problema que pueda presentar un cliente.

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, Licencidos/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– ATENCIÓN AL CLIENTE. El primer contacto. El trato en peluquerías. Fases de la atención al cliente. Protocolo de bienvenida. Recepción del cliente. Despedida.

2- MARKETING PARA PELUQUERÍAS. Marketing de peluquerías. Etapas del proceso de marketing. Causas del deterioro de la atención en peluquerías. Importancia de la imagen.

3- ATENCIÓN TELEFÓNICA. Ventajas. Aspectos a tener en cuenta.

4 - LA COMUNICACIÓN HUMANA. Definición y orígenes. El proceso de la comunicación. Funciones de la comunicación. El mensaje. Elementos de la comunicación. Barreras de la comunicación. Tipos de comunicación. Comunicación hablada. Comunicación no hablada.

5- HABILIDADES SOCIALES. Definición. Tipos de habilidades. Diferencia entre habilidad personal y habilidad técnica. Elementos cognitivos. Interacción comunicativa.

6 - LOS CLIENTES. Definición e importancia. Servicio y atención. Interacción con el cliente. Estrategias del servicio al cliente. Tipos de clientes. Fidelización.

7 - SATISFACCIÓN DEL CLIENTE. Definición. Aspectos de la satisfacción del cliente. Sistema de valores del cliente.

8 - SERVICIO DE EXCELENCIA Y CALIDAD. Definición de excelencia. Definición de calidad. Las siete dimensiones de la calidad. Cómo orientar la empresa a la calidad.

9 - RESOLUCIÓN DE INCIDENCIAS. Estrategias del servicio al cliente. Pasos para la resolución de incidencias.

Atención al cliente. Peluquerías.

