



ENTIDAD SOLICITANTE: Instituto Europa, S.L.

DENOMINACIÓN: *Atención al cliente en el proceso comercial.*

UNIDAD FORMATIVA	ATENCIÓN AL CLIENTE EN EL PROCESO COMERCIAL	DURACIÓN	60
		Específica	
Código	UF0349		
Certificado de profesionalidad	Gestión integrada de recursos humanos	Nivel	3

FECHA INICIO: 13/02/2012

FECHA FINALIZACIÓN: 01/03/2012

DÍAS DE LA SEMANA Y HORARIO: De lunes a viernes; 19:00 – 22:00

LUGAR DE IMPARTICIÓN: C/ Domingo Beltrán, 66

TELÉFONO: 945245900

OBJETIVOS A CONSEGUIR:

- 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.
- Conocer y rebatir las objeciones del cliente, minimizando las hostilidades del cliente. Aplicar en la venta telefónica distintos cierres según el tipo de cliente.

CONTENIDO:

1. Atención al cliente en las operaciones de compraventa:

- El departamento comercial.
- Funciones básicas.
- Identificación de necesidades y gustos del cliente: clasificación del cliente.
- Procedimiento de comunicación comercial.
- Elementos de comunicación institucional.
- Fases del procedimiento.
- Soportes de la comunicación.
- Tratamiento hacia el cliente: léxico correcto, formulación adecuada de preguntas/respuestas y otras técnicas.
- Identificación del perfil psicológico de los distintos clientes.
- Aplicación de condiciones de venta.

- Transmisión de información comercial relevante según el tipo de cliente.
- Motivación.
- Relación con el cliente a través de distintos canales.
- Características.
- Ventajas e inconvenientes.
- Internet como canal de comunicación.
- Criterios de calidad en la atención al cliente: satisfacción del cliente.
- Aplicación de la confidencialidad en la atención al cliente.

2. El proceso de compraventa como comunicación:

- Aspectos básicos: Identificación de la comunicación en la venta.
- Técnicas y medios de comunicación de la compra y la venta.
- Argumentación comercial.
- Tratamiento de objeciones.

- Comunicación de la información sobre los productos.
- La venta telefónica.
- La venta por catálogo.
- Televenta.
- Internet y otras formas.

3. Adaptación de la comunicación comercial al *Telemarketing*:

- Aspectos básicos del *Telemarketing*.
- Conceptos: *Marketing*, *Telemarketing*, teleoperador, sectores empresariales del mercado y otros.
- La operativa general del teleoperador.
- Conectar con el cliente.
- Motivación del teleoperador hacia la comunicación.
- Afianzar actitudes positivas del teleoperador.
- Técnicas de venta.
- Principales técnicas de venta comercial.
- Los guiones: planificar su existencia.
- La entrevista: necesidades de los clientes y el correcto uso de los productos.
- Elementos para el éxito de las distintas técnicas de venta.
- Cierre de la venta.
- Objeciones de los clientes: principales causas y actitudes.
- Minimizar las hostilidades de los clientes.
- Tipología de cierres de venta.

4. Tramitación en los servicios de postventa:

- Seguimiento comercial: concepto.
- Fidelización de la clientela.
- Instrumentos de fidelización: bonificaciones, tarjetas de puntos o de club, cupones descuento y otros.
- Finalidad.
- Identificación de quejas y reclamaciones.
- Concepto.
- Características.
- Tipología: presenciales y no presenciales.
- Procedimiento de reclamaciones y quejas.

- Recepción.
- Formulación documental.
- Resolución de dudas.
- Valoración de los parámetros de calidad del servicio y su importancia o consecuencias de su no existencia.
- Aplicación de la confidencialidad a la atención prestada en los servicios de postventa.