



## PROPUESTA FORMATIVA SECTOR ..... 201..

### INDICE

#### I. ÁREA DE CALIDAD DEL SERVICIO Y CLIENTEORIENTACIÓN

1. ENCANTADO DE ATENDERLE: ATENCIÓN AL CLIENTE Y CALIDAD DE SERVICIO
2. ¿CÓMO CONSEGUIR LA EXCELENCIA EN LA ATENCIÓN TELEFÓNICA?
3. ERES MI CLIENTE PERO TODAVIA NO LO SABES



## PROPUESTA FORMATIVA

### II. ÁREA DE CALIDAD DEL SERVICIO Y CLIENTEORIENTACIÓN

#### 1. ENCANTADO DE ATENDERLE: ATENCIÓN AL CLIENTE Y CALIDAD DE SERVICIO (h)

**OBJETIVO:** dotar a los asistentes con funciones que impliquen la interacción personal con el cliente, de las habilidades y las técnicas necesarias para la atracción, gestión del contacto y fidelización de clientes, optimizando sus intervenciones en las situaciones de interacción personal y transmitiendo una imagen de empresa integrada y coherente, a través de la excelencia en la calidad en el servicio.

**DIRIGIDO A:** cualquier perfil profesional con funciones de atención al cliente en empresas del Sector.

#### CONTENIDOS:

1. La comunicación con el cliente
2. La excelencia en el servicio
3. La Fidelización del cliente o como hacer que el cliente vuelva



## PROPUESTA FORMATIVA

### II. ÁREA DE CALIDAD DEL SERVICIO Y CLIENTEORIENTACIÓN

#### 2. ¿CÓMO CONSEGUIR LA EXCELENCIA EN LA ATENCIÓN TELEFÓNICA? (h)

**OBJETIVOS:** Que los participantes adquieran los conocimientos, habilidades y actitudes, necesarias para desempeñar las funciones de atención telefónica al cliente de manera que se le transmita a éste, la imagen de un trato excelente y de una elevada calidad en el servicio.

**DIRIGIDO A:** cualquier profesional entre cuyas funciones estén las de atención telefónica al cliente de empresas del Sector.

#### CONTENIDOS:

- La atención telefónica
- Las necesidades del cliente: claves para la excelencia en la acogida y la atención telefónica
- Bases para una buena comunicación por teléfono
- Componentes de la comunicación telefónica
- Alcanzar la eficacia en la recepción de llamadas
- Cómo proyectar una imagen positiva de la empresa a través del teléfono
- Mejorar comportamientos ante el cliente: la comunicación asertiva
- Un trato para cada cliente
- Las llamadas difíciles: tratamiento de quejas y reclamaciones



## PROPUESTA FORMATIVA

### II. ÁREA DE CALIDAD DEL SERVICIO Y CLIENTEORIENTACIÓN

#### 3. ERES MI CLIENTE PERO TODAVIA NO LO SABES .(h)

**OBJETIVOS:** Que los participantes sean conscientes que hoy en día los clientes son cada vez menos fieles a los comercios, todos buscan “fidelizar” al cliente pero son muy pocas las que lo consiguen.

**DIRIGIDO A:** Emprendedores, empresarios y personal de empresas del Sector.

#### CONTENIDOS:

- Como captar su atención.
- Cómo influenciar de manera que no se sienta agobiado.
- Marketing sensorial.
- Neuromarketing principios.
- Alcanzar la eficacia .
- Reforzar el recuerdo.
- Desarrollo de estrategias de fidelización y resultados.

## Metodología didáctica

Cambio de papeles en la escena formativa

El **docente facilita** el aprendizaje y cede protagonismo al alumno. Propicia el **clima adecuado** para que aborde las situaciones y **retos, debata, negocie, intercambie valoraciones y experiencias y se enriquezca** en el proceso. Las **conclusiones se consensuan y valoran** en un aprendizaje en equipo.

### TÉCNICAS

- **Exposición**
- **Herramientas de auditoría**
- **Herramientas de autodiagnóstico/psicométricas**
- **Ejercicios prácticos**
- **Estudio de casos reales**
- **Técnicas de animación grupal**
- **Recursos didácticos**

### EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO

Antes, durante y después de cada curso programado se articula un sistema de evaluación para asegurar la adquisición por los alumnos de los conocimientos, habilidades y competencias formuladas en los objetivos de cada curso.

