



**LA FORMACIÓN ES LA CLAVE
DEL ÉXITO**

Guía del Curso

MF0241_2 Información y Atención al Cliente / Consumidor / Usuario

Modalidad de realización del curso: [A distancia y Online](#)

Titulación: [Diploma acreditativo con las horas del curso](#)

OBJETIVOS

Este curso se ajusta a lo expuesto en el itinerario de aprendizaje perteneciente al Módulo Formativo MF0241_2 Información y Atención al Cliente / Consumidor / Usuario, regulado en el Real Decreto 1522/2011, de 31 de octubre, que permitirá al alumnado adquirir las competencias profesionales necesarias para informar y atender al cliente / consumidor / usuario.

CONTENIDOS

MÓDULO 1. INFORMACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE/CONSUMIDOR/USUARIO

UNIDAD FORMATIVA 1. GESTIÓN DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE/CONSUMIDOR

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PROCESOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE/CONSUMIDOR

1. Concepto y características de la función de atención al cliente:
2. - Empresas fabricantes
3. - Empresas distribuidoras
4. - Empresas de relaciones con clientes y servicios de atención al cliente
5. - El defensor del cliente: pautas y tendencias
6. Dependencia funcional del departamento de atención al cliente:
7. - Organización funcional de las empresas: Organigrama
8. - Interrelaciones del departamento de atención al cliente: comercial, financiero y de ventas
9. Factores fundamentales desarrollados en la atención al cliente:
10. - Naturaleza
11. - Efectos
12. - Normativa: productos y ámbitos regulados
13. El marketing en la empresa y su relación con el departamento de atención al cliente:
14. - Marketing relacional
15. - Relaciones con clientes
16. - Canales de comunicación con el cliente: tanto presenciales como no presenciales
17. - Obtención y recogida de información del cliente
18. Variables que influyen en la atención al cliente:
19. - Posicionamiento e imagen
20. - Relaciones públicas
21. La información suministrada por el cliente
22. - Análisis comparativo
23. - Naturaleza de la información
24. - Cuestionarios
25. - Satisfacción del cliente
26. - Averías
27. - Reclamaciones
28. Documentación implicada en la atención al cliente

29. - Servicio Post venta

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CALIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE

1. Procesos de calidad en la empresa
2. Concepto y características de la calidad de servicio
3. - Importancia
4. - Objeto
5. - Calidad y satisfacción del cliente
6. Ratios de control y medición de la calidad y satisfacción del cliente
7. - Elementos de control
8. - Métodos de evaluación de la calidad del servicio de atención al cliente
9. - Medidas correctoras

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ASPECTOS LEGALES EN RELACIÓN CON LA ATENCIÓN AL CLIENTE

1. Ordenación del Comercio Minorista:
2. - Contenido
3. - Implicaciones en la atención a clientes
4. Servicios de la Sociedad de la Información y el Comercio Electrónico
5. - Contenido
6. - Implicaciones
7. Protección de Datos:
8. - Contenido
9. - Implicaciones en las relaciones con clientes
10. Protección al consumidor:
11. - Ley General de Defensa de los consumidores y usuarios
12. - Regulación autonómica y local de protección al consumidor

UNIDAD FORMATIVA 2. TÉCNICAS DE INFORMACIÓN Y ATENCIÓN AL

CLIENTE/CONSUMIDOR

UNIDAD DIDÁCTICA 1. GESTIÓN Y TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN DEL CLIENTE/CONSUMIDOR

1. Información del cliente:
2. - Quejas
3. - Reclamaciones
4. - Cuestionarios de satisfacción
5. Archivo y registro de la información del cliente:
6. - Técnicas de archivo: naturaleza y finalidad del archivo
7. - Elaboración de ficheros
8. Procedimientos de gestión y tratamiento de la información dentro de la empresa
9. Bases de datos para el tratamiento de la información en el departamento de atención al cliente/consumidor/usuario
10. Estructura y funciones de una base de datos
11. - Tipos de bases de datos
12. - Bases de datos documentales
13. - Utilización de bases de datos: búsqueda y recuperación de archivos y registros
14. - Grabación, modificación y borrado de información
15. - Consulta de información
16. Normativa de protección de datos de bases de datos de clientes
17. - Procedimientos de protección de datos
18. Confeción y presentación de informes

UNIDAD DIDÁCTICA 2. TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN A CLIENTES/CONSUMIDORES

1. Modelo de comunicación interpersonal:
2. - Elementos: objetivos, sujetos y contenidos
3. - Sistemas de comunicación: evolución y desarrollo
4. - Comunicación presencial y no presencial

5. - Comunicación con una o varias personas: diferencias y dificultades
6. Barreras y dificultades en la comunicación interpersonal presencial
7. Expresión verbal:
 8. - Calidad de la información
 9. - Formas de presentación
10. - Expresión oral: dicción y entonación
11. Comunicación no verbal
12. - Comunicación corporal
13. Empatía y asertividad:
 14. - Principios básicos
 15. - Escucha activa
16. Comunicación no presencial:
 17. - Características y tipología
 18. - Barreras y dificultades: Modelos de comunicación telefónica
 19. - Expresión verbal a través del teléfono
 20. - Comunicación no verbal: La sonrisa telefónica
 21. - Reglas de la comunicación telefónica
 22. - El mensaje y el lenguaje en la comunicación telefónica: El lenguaje positivo
23. Comunicación escrita:
 24. - Cartas, faxes
 25. - Correo electrónico: elementos clave
 26. - Mensajería instantánea: características
 27. - Comunicación en las redes (Intra/Internet)



C/ San Lorenzo 2 - 2
29001 Málaga



Tlf: 952 215 476
Fax: 951 987 941



www.academiaintegral.com.es
E-mail: info@academiaintegral.com.es