



**LA FORMACIÓN ES LA CLAVE
DEL ÉXITO**

Guía del Curso

Curso Práctico: Atención al Cliente

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

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

OBJETIVOS

El trato con el cliente es uno de los aspectos que más importancia tienen para una empresa, en especial aquellas empresas cuyo beneficio viene determinado directamente por los usuarios, el trato correcto, su satisfacción, sus futuras inversiones, dependen en gran medida de la calidad con la que sean tratados. Hay que estar preparado para situaciones agradables en las que el trato con el cliente pueda ser fluido y otras situaciones en las que las quejas y reclamaciones han de tratarse como merecen. Así, con este curso se pretende dotar de los conocimientos necesarios para sobrellevar dichas situaciones, enfrentarse a un público variable y a sus necesidades siempre desde una postura profesional. Con este curso se pretenden adquirir dichas habilidades y conocimientos para aplicarlas en un ámbito estrictamente profesional, sino también en un ámbito personal.

CONTENIDOS

MÓDULO 1. ATENCIÓN AL CLIENTE

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PROCESOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE/CONSUMIDOR

1. Concepto y características de la función de atención al cliente

2. Dependencia funcional del departamento de atención al cliente
3. Factores fundamentales desarrollados en la atención al cliente
4. El marketing en la empresa y su relación con el departamento de atención al cliente
5. Variables que influyen en la atención al cliente
6. La información suministrada por el cliente
7. Documentación implicada en la atención al cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ASPECTOS LEGALES EN RELACIÓN CON LA ATENCIÓN AL CLIENTE

1. Ordenación del Comercio Minorista
2. Servicios de la Sociedad de la Información y el Comercio Electrónico
3. Protección de Datos
4. Protección al consumidor

UNIDAD DIDÁCTICA 3. TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN A CLIENTES/CONSUMIDORES

1. Modelo de comunicación interpersonal
2. Barreras y dificultades en la comunicación interpersonal presencial
3. Expresión verbal
4. Comunicación no verbal
5. Empatía y asertividad
6. Comunicación no presencial
7. Comunicación escrita

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ATENCIÓN Y GESTIÓN DE CONSULTAS, RECLAMACIONES Y QUEJAS EN CONSUMO

1. Funciones fundamentales desarrolladas en la atención al cliente
2. Documentación que obtienen y elaboran los departamentos de atención al consumidor

3. Procedimiento de recogida de las quejas y reclamaciones/denuncias
4. Normativa reguladora en caso de quejas y reclamación/denuncia entre empresas y consumidores
5. Proceso de tramitación y gestión de una reclamación
6. Métodos usuales en la resolución de quejas y reclamaciones
7. La actuación administrativa y los actos administrativos

UNIDAD DIDÁCTICA 5. MEDIACIÓN Y ARBITRAJE EN MATERIA DE CONSUMO

1. Conceptos y características
2. La mediación
3. El arbitraje de consumo
4. Procedimientos de arbitraje en consumo
5. Documentación en procesos de mediación y arbitraje

UNIDAD DIDÁCTICA 6. COMUNICACIÓN EN SITUACIONES DE QUEJAS Y RECLAMACIONES EN CONSUMO

1. Conceptos
2. Caracterización del cliente/consumidor/usuario ante quejas y reclamaciones
3. Procesos de comunicación en situaciones de consultas, quejas y reclamaciones
4. Herramientas de comunicación aplicables al asesoramiento y la negociación de conflictos de consumo

UNIDAD DIDÁCTICA 7. NEGOCIACIÓN Y RESOLUCIÓN ANTE UNA QUEJA O RECLAMACIÓN DE CONSUMIDORES Y USUARIOS

1. Objetivos en la negociación de una reclamación (denuncia del consumidor)
2. Técnicas utilizadas en la negociación de reclamaciones
3. Caracterización del proceso de negociación
4. Planes de negociación



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