



**LA FORMACIÓN ES LA CLAVE
DEL ÉXITO**

Guía del Curso

Experto en Calidad en el Servicio y Atención al Cliente

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

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

OBJETIVOS

A través de este curso el alumnado podrá desarrollar las diferentes técnicas de venta en la gestión de comercios. El principal objetivo de este curso es ofrecer los fundamentos de la administración comercial mediante el uso adecuado de sus herramientas: plataformas comerciales, entrevistas de ventas, habilidades sociales y protocolo comercial, técnicas de negociación, etc. con el fin de ofrecer un buen servicio al cliente y lograr, sobre todo, su satisfacción.

CONTENIDOS

MODULO 1. CALIDAD EN EL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE

UNIDAD DIDÁCTICA 1. POR QUÉ LA CALIDAD

1. Conceptos Generales
2. Definiciones de "Calidad".
3. Evolución de la Calidad

4. Cuánta Calidad Ofrecer
5. Costes de calidad
6. Que es un sistema de gestión de la calidad. Historia
7. Ocho principios de gestión de la calidad
8. Beneficios de un sistema de gestión de calidad
9. Círculos de control de calidad

UNIDAD DIDÁCTICA 2. DECISIONES QUE INFLUYEN AL CLIENTE

1. Las decisiones sobre los productos
2. Las decisiones sobre distribución
3. Las decisiones sobre precios

UNIDAD DIDÁCTICA 3. SERVICIO/ASISTENCIA AL CLIENTE

1. Servicio al cliente
2. La calidad del servicio al cliente
3. Asistencia al cliente
4. Indicaciones de la asistencia al cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CALIDAD PERCIBIDA Y SATISFACCIÓN AL CLIENTE

1. Introducción
2. Herramientas de medida de la calidad percibida
3. Calidad percibida por el consumidor
4. Calidad de servicio
5. ¿Por qué medir la calidad percibida?
6. ¿Por qué resulta difícil medir la calidad percibida?
7. Herramientas para medir la satisfacción del cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL CLIENTE

1. El cliente

2. Comportamiento del cliente
3. Necesidades del cliente
4. Tipos de clientes
5. Análisis de comportamiento del cliente
6. Factores de influencia en la conducta del cliente
7. Modelos de comportamiento del cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL VENDEDOR

1. El vendedor
2. Tipos de vendedores
3. Características del buen vendedor
4. Cómo tener éxito en las ventas
5. Actividades del vendedor
6. Nociones de psicología aplicada a la venta

UNIDAD DIDÁCTICA 7. COMUNICACIÓN VERBAL

1. Introducción
2. Defectos frecuentes de la comunicación
3. Leyes de la Comunicación
4. Principios de la Comunicación
5. El proceso de Comunicación
6. Mensajes que faciliten el diálogo
7. Obstructores de la Comunicación
8. La retroalimentación
9. Ruidos y barreras en la Comunicación
10. La expresión oral en la venta
11. Veinte sugerencias para la Comunicación oral
12. Conclusión: consejos prácticas para mejorar la Comunicación

UNIDAD DIDÁCTICA 8. ACTITUD Y COMUNICACIÓN NO VERBAL

1. Introducción

2. ¿Qué es la Comunicación no verbal?
3. Componentes de la Comunicación no verbal
4. El contacto visual
5. La proxémica
6. La postura y la posición
7. Bloqueos y barreras corporales
8. Los gestos
9. El apretón de manos

UNIDAD DIDÁCTICA 9. TRATAMIENTO DE QUEJAS, DUDAS, RECLAMACIONES Y OBJECIONES

1. Introducción
2. ¿Por qué surgen las reclamaciones?
3. Directrices en el tratamiento de quejas y objeciones
4. ¿Qué hacer ante el cliente?
5. ¿Qué no hacer ante el cliente?
6. Actitud ante las quejas y reclamaciones
7. Tratamiento de dudas y objeciones
8. Atención telefónica en el tratamiento de quejas

UNIDAD DIDÁCTICA 10. SEGURIDAD E HIGIENE

1. Seguridad; los riesgos
2. Higiene y calidad del ambiente
3. Comfort y ambientes de trabajo
4. Métodos de conservación y manipulación de alimentos

UNIDAD DIDÁCTICA 11. ATENCIÓN AL CLIENTE EN EL SIGLO XXI



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