



**LA FORMACIÓN ES LA CLAVE
DEL ÉXITO**

Guía del Curso

Curso Práctico: La Importancia del Servicio Postventa

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

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

OBJETIVOS

En la actualidad, en el mundo del comercio y marketing, es de suma importancia conocer la gestión de ventas, pero además de este servicio, debemos cuidar el proceso de postventa, ya que el servicio que se ofrece al cliente debe brindarse en todo momento y no finalizar en el momento de la venta. Además de los beneficios que otorga el brindar un buen servicio al cliente, tales como la posibilidad de que el cliente nos vuelva a visitar, que logremos su fidelización, y que nos recomiende con otros consumidores, el servicio de post venta nos otorga la posibilidad de mantenernos en contacto y alargar la relación con el cliente. En este curso se ofrece el sistema a seguir para desarrollar un óptimo servicio postventa para garantizarnos los resultados positivos que se derivan de dicho proceso. La calidad real de un producto o servicio depende del valor total que el cliente le atribuya. Este concepto se refiere a la valoración que hace el cliente de la utilidad de un ...

CONTENIDOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. TÉCNICAS DE ATENCIÓN BÁSICA A CLIENTES

1. Tipología de clientes
2. Comunicación verbal y no verbal

3. Pautas de comportamiento:
4. Estilos de respuesta en la interacción verbal: asertivo, agresivo y no asertivo
5. Técnicas de asertividad:
6. La atención telefónica
7. Tratamiento de cada una de las situaciones de atención básica:
8. El proceso de atención de las reclamaciones en el establecimiento comercial o en el reparto domiciliario
9. Pautas de comportamiento en el proceso de atención a las reclamaciones:
10. Documentación de las reclamaciones e información que debe contener

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

1. Concepto y origen de la calidad
2. La gestión de la calidad en las empresas comerciales
3. El control y el aseguramiento de la calidad
4. La retroalimentación del sistema
5. La satisfacción del cliente
6. La motivación personal y la excelencia empresarial
7. La reorganización según criterios de calidad
8. Las normas ISO 9000

UNIDAD DIDÁCTICA 3. SEGUIMIENTO Y FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

1. La confianza y las relaciones comerciales:
2. Estrategias de fidelización
3. Externalización de las relaciones con clientes. telemarketing
4. Aplicaciones de gestión de relaciones con el cliente (CRM)



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