

EXPERTO EN GESTIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE



DURACIÓN

200 horas (2 meses)



METODOLOGÍA

Formación online a través de plataforma



PRECIO

Gratuito



REQUISITOS FINALIZACIÓN

- Visualización: + 75% contenidos en plataforma
- Evaluación final: Realizar prueba



TITULACIÓN OBTENIDA

Diploma acreditativo



OBJETIVOS

1. Analizar las características de una empresa / organización para transmitir la imagen más adecuada:

1.1 Identificar el concepto de imagen de la empresa.

1.2 Identificar diferentes tipos de organigramas que se utilizan en función de los objetivos y características de la empresa / organización.

1.3 A partir de las características analizadas de una empresa y unos criterios definidos previamente por la misma, proceder a confeccionar el organigrama más adecuado para la empresa/organización.

1.4 Describir las funciones del departamento de atención al cliente en diferentes tipos de empresas/organizaciones y su función en el proceso de calidad.

1.5 A partir de las características de una empresa relacionadas con su clientela, proveedores, posicionamiento y otros aspectos: distinguir los elementos fundamentales para transmitir la imagen adecuada de la empresa.

2. Confeccionar un informe, de acuerdo a una estructura definida, y de manera que la presentación sea clara, ordenada en su exposición y concisa.

A partir de un supuesto práctico convenientemente caracterizado donde se produce un fallo en el producto y/o servicio:

Identificar el departamento /persona responsable de dar solución a la situación creada en el caso de superar sus límites de actuación.

Elaborar un informe donde se recojan de manera estructurada y clara la situación detectada, conclusiones y alternativas que puedan suponer una mejora utilizando las herramientas de gestión e informáticas disponibles en la empresa.

Programa

1. PROCESOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE / CONSUMIDOR / USUARIO.

- 1.1. Concepto y características de la función de atención al cliente:
 - 1.1.1. Empresas fabricantes.
 - 1.1.2. Empresas distribuidoras.
 - 1.1.3. Empresas de relaciones con clientes y servicios de atención al cliente.
 - 1.1.4. El defensor del cliente: pautas y tendencias.
- 1.2. Dependencia funcional del departamento de atención al cliente:
 - 1.2.1. Organización funcional de las empresas: Organigrama.
 - 1.2.2. Interrelaciones del departamento de atención al cliente: comercial, financiero y de ventas.
- 1.3. Factores fundamentales desarrollados en la atención al cliente:
 - 1.3.1. Naturaleza.
 - 1.3.2. Efectos.
 - 1.3.3. Normativa: productos y ámbitos regulados.
- 1.4. El marketing en la empresa y su relación con el departamento de atención al cliente:
 - 1.4.1. Marketing relacional.
 - 1.4.2. Relaciones con clientes.
 - 1.4.3. Canales de comunicación con el cliente: tanto presenciales como no presenciales.
 - 1.4.4. Obtención y recogida de información del cliente.
- 1.5. Variables que influyen en la atención al cliente:
 - 1.5.1. Posicionamiento e imagen.
 - 1.5.2. Relaciones públicas.
- 1.6. La información suministrada por el cliente.
 - 1.6.1. Análisis comparativo.
 - 1.6.2. Naturaleza de la información.
 - 1.6.3. Cuestionarios.
 - 1.6.4. Satisfacción del cliente.
 - 1.6.5. Averías.

- 1.6.6. Reclamaciones.
- 1.7. Documentación implicada en la atención al cliente.
- 1.8. Servicio Postventa.

2. CALIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE / CONSUMIDOR / USUARIO.

- 2.1. Procesos de calidad en la empresa.
- 2.2. Concepto y características de la calidad de servicio.
 - 2.2.1. Importancia.
 - 2.2.2. Objeto.
 - 2.2.3. Calidad y satisfacción del cliente.
- 2.3. Ratios de control y medición de la calidad y satisfacción del cliente.
 - 2.3.1. Elementos de control.
 - 2.3.2. Métodos de evaluación de la calidad del servicio de atención al cliente.
 - 2.3.3. Medidas correctoras.

3. ASPECTOS LEGALES EN RELACIÓN CON LA ATENCIÓN AL CLIENTE / CONSUMIDOR / USUARIO.

- 3.1. Ordenación del Comercio Minorista:
 - 3.1.1. Contenido.
 - 3.1.2. Implicaciones en la atención a clientes.
- 3.2. Servicios de la Sociedad de la Información y el Comercio Electrónico
 - 3.2.1. Contenido.
 - 3.2.2. Implicaciones.
- 3.3. Protección de Datos:
 - 3.3.1. Contenido.
 - 3.3.2. Implicaciones en las relaciones con clientes.
- 3.4. Protección al consumidor:
 - 3.4.1. Ley General de Defensa de los consumidores y usuarios.
 - 3.4.2. Regulación autonómica y local de protección al consumidor.