



ATENCIÓN TELEFÓNICA A CLIENTES Y TRATAMIENTO DE SITUACIONES CONFLICTIVAS

SKU: PD235

OBJETIVOS

- **Objetivo General**

- Utilizar las técnicas de comunicación telefónica, tanto a nivel de emisor como de receptor y gestionar de una manera rápida y eficaz las necesidades de los clientes.

Objetivos Específicos

- Conocer las estrategias básicas para ofrecer un servicio de calidad al cliente.
- Conocer los distintos elementos que implica el proceso de comunicación.
- Ser consciente de la importancia de la comunicación en el servicio con la finalidad de satisfacer al consumidor y a los empleados que prestan el servicio.
- Aprender las estrategias idóneas para una correcta atención al cliente.
- Saber la importancia de la calidad en el servicio y las exigencias del cliente.
- Conocer las distintas estrategias necesarias para gestionar adecuadamente las llamadas telefónicas.
- Conocer las técnicas necesarias para proporcionar un servicio de atención al cliente, de modo que este sienta sus necesidades y expectativas satisfechas.
- Conocer los fundamentos de PRL asociados a su función como teleoperadores.
- Conocer los conceptos de sonrisa telefónica y escucha activa y valorarlos como recursos fundamentales en la gestión telefónica a clientes.
- Comprender las actitudes con que los clientes acuden a los servicios de atención telefónica para poder ofrecer una ayuda eficaz.
- Desarrollar la capacidad de responder a las solicitudes de los clientes con eficacia.

- Conocer las distintas barreras comunicativas más frecuentes al teléfono para desarrollar estrategias adecuadas de gestión telefónica.
- Conocer los distintos pasos que diferencian la atención telefónica a clientes de calidad.
- Conocer el concepto de calidad, gestión y control de la calidad como parte del proceso de producción o prestación de servicios.
- Capacitarse para aplicar los parámetros de un plan de gestión de la calidad para la mejora en la atención al cliente.
- Reconocer los beneficios en cuanto a competitividad que aporta la aplicación de un plan de calidad en la empresa.
- Conocer los documentos que rigen la normativa de calificación de calidad.
- Distinguir los conceptos de ciudadano/a y persona para conseguir una mejor atención al cliente.
- Conocer el proceso reclamación, queja y sugerencia para una adecuada gestión de cada una de ellas.
- Capacitarse para gestionar adecuadamente las distintas quejas, reclamaciones y sugerencias como responsables de atención telefónica de la empresa.
- Reconocer el valor de la información que nos aportan quejas, reclamaciones y sugerencias como oportunidades de negocio.
- Conocer el valor legal de quejas y reclamaciones como derechos del ciudadano y consumidor.
- Valorar el trabajo en grupo como una herramienta apropiada para la gestión de quejas, sugerencias y reclamaciones.
- Conocer completamente el proceso de atención al cliente.
- Capacitarse para gestionar adecuadamente las solicitudes del cliente para proporcionar un servicio de atención telefónica eficaz.
- Conocer las situaciones más comunes que encontraremos día a día en el servicio de atención telefónica al cliente.
- Conocer el valor de las distintas herramientas estudiadas en el curso: feedback textual, escucha activa y asertividad.
- Valorar el trabajo en grupo como una herramienta apropiada para la gestión de la atención telefónica al cliente.

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

1. La comunicación.

- 1.1 La comunicación
- 1.2 El proceso de la comunicación.
- 1.3 La comunicación telefónica.
- 1.4 Normas generales ante el teléfono.
- 1.5 La voz.

2. La comunicación telefónica efectiva.

- 2.1 Fases de la llamada.
- 2.2 Escucha activa.
- 2.3 Las barreras comunicativas.

3. La calidad del servicio.

- 3.1 Servicio de calidad a la ciudadanía.
- 3.2 Concepto y características de la calidad del servicio.
- 3.3 El ciudadano como persona.

4. Tratamiento de situaciones conflictivas.

- 4.1 Reclamaciones.
- 4.2 Desarrollo de reclamaciones.
- 4.3 Respuesta a reclamaciones previas.

5. Contenidos prácticos.

- 5.1 Ejemplificar la actuación en torno a una situación real con el cliente.
- 5.2 Ilustrar las características y las tipologías de los clientes.
- 5.3 Enunciar aquellos elementos fundamentales de la comunicación para establecer relaciones internas y externas en la organización.
- 5.4 Desarrollar la escucha activa dando feedback textual.
- 5.5 Describir los tipos de barreras que existen en la comunicación.
- 5.6 Describir la imagen que podemos dar a un cliente.
- 5.7 Reconocer la tipología de cliente de una serie de ejemplos.
- 5.8 Reconocer la utilización de las habilidades de asertividad y la simpatía en casos.
- 5.9 Manejar una situación conflictiva dada con un cliente.