



## (UF0349) ATENCIÓN AL CLIENTE EN EL PROCESO COMERCIAL

SKU: PD11

### OBJETIVOS

#### Objetivo General

- Capacitar al alumno para la aplicación de técnicas de comunicación comercial en las operaciones de compraventa, a través de los diferentes canales de comercialización, atendiendo a criterios de calidad de servicio de atención al cliente.
- Efectuar los procesos de recogida, canalización y/o resolución de reclamaciones, y seguimiento de clientes en los servicios postventa.

#### Objetivos Específicos

- Describir las funciones básicas en un departamento comercial y/o facturación.
- Identificar los procedimientos de comunicación comercial en las operaciones de compraventa en organizaciones tipo.
- Distinguir los canales de comunicación comerciales (páginas Web, convencionales, otros), explicando sus características, ventajas e inconvenientes de utilización.
- Identificar los parámetros de calidad de servicio en los procedimientos de comunicación comercial con el cliente.
- Identificar las fases de un proceso de venta y de atención al cliente.
- Distinguir los tipos de motivaciones habituales del cliente ante la compra de diferentes tipos de productos y/o servicios.
- Transmitir la información con claridad, de manera ordenada y precisa, de forma presencial o telefónica.
- Realizar un guión (entrevista de venta telefónica).
- Conocer y rebatir las objeciones del cliente, minimizando las hostilidades del cliente.
- Distinguir las fases de un proceso postventa describiendo sus características básicas.
- Identificar los productos y/o servicios que precisan necesariamente de un seguimiento y servicio postventa
- Describir el proceso que debe seguir una reclamación.
- Identificar la documentación utilizada para recoger una reclamación describiendo la información que debe contener.

## DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

### **Unidad 1: Atención al cliente y comunicación en las operaciones de compraventa.**

- Atención al cliente en las operaciones de compraventa.
  - o El departamento comercial. Funciones básicas.
  - o El departamento comercial. Identificación de necesidades y gustos del cliente: Clasificación del cliente.
  - o Procedimiento de comunicación comercial.
  - o Procedimiento de comunicación comercial. Elementos. de comunicación institucional y fases del procedimiento.
  - o Procedimiento de comunicación comercial. Soportes de comunicación.
  - o Identificación del perfil psicológico de los distintos clientes. Aplicaciones de condiciones de venta.
  - o Identificación del perfil psicológico de los distintos clientes. Transmisión de información comercial relevante según el tipo de cliente.
  - o Identificación del perfil psicológico de los distintos clientes. Motivación.
  - o Relación con el cliente a través de distintos canales.
  - o Relación con el cliente a través de distintos canales. Características.
  - o Relación con el cliente a través de distintos canales. Ventajas e inconvenientes.
  - o Relación con el cliente a través de distintos canales. Internet como canal de comunicación.
  - o Criterios de calidad en la atención al cliente: satisfacción al cliente.
  - o Criterios de calidad en la atención al cliente: satisfacción al

cliente.

o Criterios de calidad en la atención al cliente: satisfacción al cliente.

• Comunicación de información comercial en los procesos de compraventa.

o El proceso de compraventa como comunicación.

o Tipos y formas de argumentos.

o Tipos y formas de argumentos. Tratamiento de objeciones.

o Tipos y formas de argumentos. Técnicas para resolver una objeción.

o Tipos y formas de argumentos. La objeción precio.

o Tipos y formas de argumentos. Comunicación de la información sobre los productos.

o Distintos procesos de compraventa. Venta por catálogo.

o Distintos procesos de compraventa. Televenta.

o Distintos procesos de compraventa. Internet y otras formas.

Cuestionario de Autoevaluación UA 01

Actividad de Evaluación UA 01

## **Unidad 2: Adaptación de la comunicación comercial al telemarketing y la tramitación en los servicios postventa.**

• Adaptación de la comunicación comercial al telemarketing.

o Aspectos básicos del telemarketing.

o La operativa general del teleoperador.

o Técnicas de ventas.

o Técnicas de venta. Principales técnicas de venta comercial.

o Técnicas de venta. Los guiones: Planificar su existencia.

o Técnicas de venta. La entrevista: Necesidades de la clientela y

el correcto uso de los productos.

o Cierre de la venta. Objeciones de los clientes: Principales causas y actitudes.

o Cierre de la venta. Minimizar las hostilidades de los clientes.

o Cierre de la venta. Signos del cierre de la venta.

o Cierre de la venta. Dificultades y técnicas de cierre.

• Tramitación en los servicios postventa.

o Seguimiento comercial: concepto.

o Fidelización de la clientela.

o Fidelización de la clientela. Bonificaciones.

o Fidelización de la clientela. Vales comerciales y tarjetas de puntos.

o Identificación de quejas y reclamaciones.

o Identificación de quejas y reclamaciones. Quejas y reclamaciones.

o Identificación de quejas y reclamaciones. Las hojas de reclamaciones.

o Identificación de quejas y reclamaciones. Características. Tipología: presenciales y no presenciales.

o Procedimiento de reclamaciones y quejas.

o Valoración de los parámetros de calidad del servicio y su importancia o consecuencias de su no existencia.

o Aplicación de la confidencialidad a la atención prestada en los servicios de postventa.

Cuestionario de Autoevaluación UA 02

Actividad de Evaluación UA 02

Cuestionario de Evaluación final UF0349