Paraninfo

UF0036 - Gestión de la atención al cliente consumidor

Editorial: Paraninfo
Autor: ENRIQUE GARCÍA PRADO
Clasificación: Certificados Profesionales > Comercio y Marketing
Tamaño: 17 x 24 cm.
Páginas: 172
ISBN 13: 9788428343398
ISBN 10: 842834339X
Precio sin IVA: $ 430.00 Mxn
Precio con IVA: $ 430.00 Mxn
Fecha publicacion: 20/12/2022

Sinopsis

En una economía en la que los productos y servicios se caracterizan por tener una uniformidad cada vez más relevante, la diferenciación se encuentra en numerosas ocasiones en la calidad de la atención prestada al cliente. Dicha atención, para ser realmente efectiva, requiere de una formación previa de todo el personal que se encuentra en contacto con el cliente, para que comprenda a la perfección los principios de la empresa en esta materia. Por supuesto, la empresa debe adoptar las medidas que sean precisas para medir el grado en que los clientes reciben esa atención y en el manual se describen los principales métodos de control de este parámetro. Es imprescindible atender también a la normativa reguladora de la atención al cliente, tanto en el comercio tradicional como en el comercio no presencial, así como los principales derechos que se otorgan a los consumidores. El autor aborda todos estos aspectos combinando de manera equilibrada contenido teórico y práctico. Las soluciones están disponibles en www.paraninfo.es
La obra responde fielmente a las exigencias curriculares y normativas definidas en los reales decretos que regulan los distintos certificados de profesionalidad en la familia profesional de Comercio y marketing, donde esta unidad formativa es transversal.

Enrique García Prado trabaja como docente en el ámbito de la formación ocupacional y continua.

Indice

Introducción normativa

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 posventa

ACTIVIDADES DE AUTOEVALUACIÓN

ACTIVIDADES PRÁCTICAS

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

ACTIVIDADES DE AUTOEVALUACIÓN

ACTIVIDADES PRÁCTICAS

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 los 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

ACTIVIDADES DE AUTOEVALUACIÓN

ACTIVIDADES PRÁCTICAS

Comercial
ZONA CENTRO
Norma Amezola
Tf: 52 1 56 2575 0552
E-MAIL: norma.amezola@paraninfo.mx
ZONA NORTE Y SUR
Nancy Ochoa
TF: 52 1 81 8362 1055
nancy.ochoa@paraninfo.mx
ADMINISTRACIÓN
ADMINISTRACIÓN
Guadalupe Gallegos
ventas@paraninfo.mx
52 5 52 4992 649