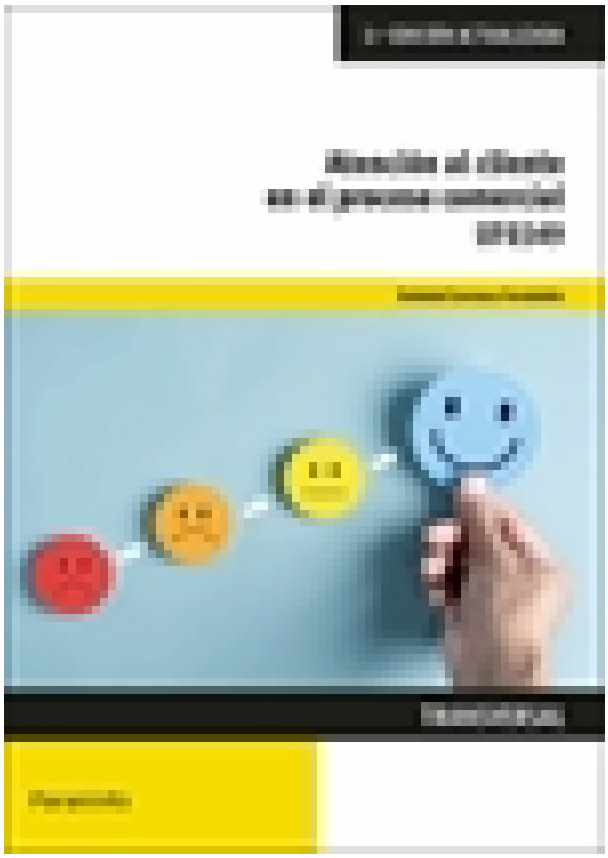
Paraninfo

UF0349 - Atención al cliente en el proceso comercial



Editorial: Paraninfo
Autor: SOLEDAD CARRASCO FERNÁNDEZ
Clasificación: Certificados Profesionales > Administración y Gestión
Tamaño: 17 x 24 cm.
Páginas: 128
ISBN 13: 9788428363648
ISBN 10: 8428363641
Precio sin IVA: $ 460.00 Mxn
Precio con IVA: $ 460.00 Mxn
Fecha publicacion: 23/02/2024

Sinopsis

La atención a los clientes representa, en el entorno actual de globalización y enorme competencia comercial, el instrumento de mayor eficacia con el que las empresas cuentan para diferenciarse y atraer a nuevos clientes. Es indiscutible la ventaja comparativa que supone una adecuada relación con los clientes, donde cada empresa tiene a su alcance ofrecer un trato personalizado y adecuado a quienes, en definitiva, son los destinatarios de sus productos y servicios.

Profesionales, docentes y alumnos vinculados o interesados en el mundo de la comunicación y el contacto con el público encontrarán en esta obra las claves para conseguir la excelencia en el servicio de atención al cliente. Desde la redacción de diversos escritos hasta las pautas para realizar llamadas telefónicas de manera eficaz, todos los temas son tratados desde un enfoque que otorga a la comunicación el protagonismo que merece en la eficiencia comercial.

Los aspectos fundamentales de la atención a los clientes de manera presencial, telefónica o telemática, se abordan desde una explicación rigurosa y práctica en la que se tienen en consideración los más actuales avances que la tecnología pone al servicio de la comunicación.

Numerosos ejemplos prácticos, ejercicios de evaluación y sus correspondientes solucionarios, disponibles en www.paraninfo.es contribuyen a afianzar el proceso de aprendizaje.

Esta obra responde además a las exigencias curriculares y normativas desarrolladas en los RD 1210/2009 y 645/2011, que regulan los contenidos necesarios para obtener distintos Certificados Profesionales en la familia profesional de administración y gestión. Su contenido responde fielmente al currículo de la unidad formativa

que le da título, UF0349 *Atención al cliente en el proceso comercial,* integrada dentro del Módulo formativo MF 0976_2 denominado *Operaciones administrativas comerciales* cuya transversalidad hace de este libro una obra imprescindible.

Indice

1. Atención al cliente en las operaciones de compraventa

Introducción

1.1. El departamento comercial

1.1.1. Funciones básicas

1.1.2. Identificación de necesidades y gustos del cliente

1.1.3. Clasificación del cliente

1.2. Procedimiento de comunicación comercial

1.2.1. Elementos de comunicación institucional

1.2.2. Fases del procedimiento de comunicación

1.2.3. Soportes de la comunicación

1.2.4. Tratamiento hacia el cliente

1.3. Identificación del perfil psicológico de los distintos clientes

1.3.1. Aplicación de condiciones de venta

1.3.2. Transmisión de información comercial según el tipo de cliente

1.3.3. Motivación

1.4. Relación con el cliente a través de distintos canales

1.4.1. Características

1.4.2. Ventajas e inconvenientes

1.4.3. Internet como canal de comunicación

1.5. Criterios de calidad en la atención al cliente

1.5.1. Satisfacción del cliente

1.6. Aplicación de la confidencialidad en la atención al cliente

1.6.1. Procedimientos de protección de datos

2. Comunicación de información comercial en los procesos de compraventa

Introducción

2.1. El proceso de compraventa como comunicación

2.1.1. Aspectos básicos: identificación de la comunicación en la venta

2.1.2. Técnicas y medios de comunicación de la compra y la venta

2.1.3. Argumentación comercial

2.1.4. Tratamiento de objeciones

2.1.5. Comunicación de la información sobre los productos

2.2. La venta telefónica

2.3. La venta por catálogo

2.4. Televenta

2.5. Internet y otras formas de venta

3. Adaptación de la comunicación comercial al telemarketing

Introducción

3.1. Aspectos básicos del telemarketing

3.1.1. Marketing

3.1.2. Telemarketing

3.1.3. Teleoperador

3.1.4. Sectores empresariales del mercado

3.1.5. Otros

3.2. La operativa general del teleoperador

3.2.1. Conectar con el cliente

3.2.2. Motivación del teleoperador hacia la comunicación

3.2.3. Afianzar actitudes positivas del teleoperador

3.3. Técnicas de venta

3.3.1. Principales técnicas de venta comercial

3.3.2. Los guiones: planificar su existencia

3.3.3. La entrevista: necesidades de los clientes y el correcto uso de los productos

3.3.4. Elementos para el éxito de las distintas técnicas de venta

3.4. Cierre de la venta

3.4.1. Objeciones de los clientes: principales causas y actitudes

3.4.2. Minimizar las hostilidades de los clientes

3.4.3. Tipología de cierres de venta

4. Tramitación en los servicios de posventa

Introducción

4.1. Seguimiento comercial. Concepto

4.2. Fidelización de la clientela

4.2.1. Instrumentos de fidelización

4.2.2. Bonificaciones

4.2.3. Tarjetas de puntos o de club

4.2.4. Cupones descuento

4.2.5. Otros

4.2.6. Finalidad

4.3. Identificación de quejas y reclamaciones

4.3.1. Concepto

4.3.2. Características

4.3.3. Tipología: presenciales y no presenciales

4.4. Procedimiento de reclamaciones y quejas

4.4.1. Recepción

4.4.2. Formulación documental

4.4.3. Resolución de dudas

4.5. Valoración de los parámetros de calidad del servicio y su importanciao consecuencias de su no existencia

4.6. Aplicación de la confidencialidad a la atención prestada en los servicios de posventa

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