



TÉCNICO EN ATENCIÓN AL CLIENTE (2ª EDICIÓN)

1. DESCRIPCIÓN

La creación de un **programa de fidelización de clientes** involucra a toda la empresa y exige el cambio organizacional. Replantear el marketing tradicional sienta las bases para la creación de un programa de atención al cliente, basado en la ideología del marketing relacional y estructurado en distintas fases.

La **comunicación** tiene la función principal de crear y mantener relaciones. Sus competencias básicas son el conocimiento o know how, el entusiasmo y la empatía. Desarrollar habilidades de comunicación posibilita la creación de valor añadido en las relaciones humanas, que son, a la postre, las que aseguran la supervivencia y propician el crecimiento de las empresas.

En este curso además se trabajarán las **habilidades sociales**, una habilidad social es una CAPACIDAD PERSONAL que se desarrolla en el seno de un grupo, para mejorarlo. Es efectiva cuando:

- Responde a objetivos concretos
- Mejora las relaciones
- Se desarrolla en un contexto de asertividad

Las habilidades sociales se desarrollan en contextos determinados. **COMO EL ENTORNO NO PUEDO CAMBIARLO, LO MÁS IMPORTANTE PARA DESARROLLAR HABILIDADES SOCIALES ES EL CRECIMIENTO PERSONAL.**

Embarcarse en la aventura del crecimiento personal significa admitir tres cosas fundamentales:

1. Que tenemos malos funcionamientos que hay que corregir
2. Que tenemos elementos esenciales en nuestras vidas que hay que cuidar
3. Que tenemos cosas positivas que hay que potenciar

2. OBJETIVOS

- Conocer y dominar los fundamentos y los distintos **modelos de comunicación corporativa**.
- Aprender las técnicas de la **comunicación interpersonal**.
- Aprender a **solucionar conflictos**.
- Habilitarse para crear, implantar y gestionar **programas de fidelización de clientes**.
- Comprender la naturaleza de la **relación cliente-empresa**.

3. PROFESORADO: JAVIER REVUELTA BLANCO



Licenciado en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid (Madrid, 1990) y Experto en Pedagogía de la Imagen.

Consultor y Evaluador en el Modelo Europeo de Calidad EFQM. 8 años de experiencia como formador y consultor en liderazgo y desarrollo directivo y organizacional. Proveedor de contenidos online.

Formador en Habilidades Sociales y Directivas, 1.500 horas de formación y más de 50 artículos publicados en revistas y periódicos de ámbito nacional y regional. Experiencia de dos años en la tutorización de alumnos online con la Escuela Europea de Negocios, en Clay Formación y en la Universidad de Salamanca.

Ha participado como conferenciante en diversos encuentros internacionales, y en varias publicaciones como coordinador y coautor, colaborando, entre otras instituciones, con: la UNESCO, la Agencia Europea para la Cultura, la Conferencia Mundial para Negocios Globales y Desarrollo Sostenido, BearingPoint, la Fundación Encuentro, EADA, o, la Escuela Europea de Negocios.

Director de dos cursos de verano en la Universidad Internacional Menéndez y Pelayo de Santander, y, patrocinado por la Fundación Marcelino Botín, para el desarrollo de materiales educativos experimentales sobre Pedagogía de Imagen .presentados en el III Congreso Internacional EDUCARED.

En la actualidad, compagina su actividad formativa en instituciones españolas y latinoamericanas, con la consultoría. Desde diciembre de 2.000 dirige el Centro de Investigación en Gestión de Conocimiento. Su trabajo se centra en el desarrollo personal y profesional desde un punto de vista creativo, incidiendo en la importancia que tiene el estado anímico de las personas, para regular el flujo energético que sostienen la salud, el éxito y la felicidad.

4. FECHAS

INICIO	FIN
20/ 04/ 2010	20/ 07/ 2010

5. NÚMERO DE PLAZAS:

25 Plazas

6. DESTINATARIOS

Responsables de la atención al cliente, directivos y mandos intermedios de empresas y administraciones públicas, que deseen mejorar sus capacidades de comunicación y dirección y emprendedores.

7. PRECIO

El precio del técnico es de 394 €

8. DURACIÓN

105 Horas

9. PROGRAMA COMPLETO DEL CURSO

Fundamentos y Modelos de Comunicación Empresarial

Módulo 1. Los fundamentos de la comunicación humana

- 1.1. La forma y el contenido: creando sentido
- 1.2. Los poderes de la comunicación
- 1.3. Técnica
 - 1.3.1. Entusiasmo
 - 1.3.2. Empatía
- 1.4. Los patrones comunicacionales
 - 1.4.1. El patrón de refuerzo
 - 1.4.2. El patrón compensador
 - 1.4.3. El patrón de deterioro
- 1.5. Razón e intuición: el pensamiento unificado
- 1.6. La gestión deductiva e inductiva

Módulo 2. El modelo de comunicación

- 2.1. Emisor
- 2.2. Receptor
 - 2.2.1. Comunicación masiva
 - 2.2.2. Comunicación pública
 - 2.2.3. Comunicación grupal
 - 2.2.4. Comunicación interpersonal
 - 2.2.5. Comunicación íntima

- 2.3. Canal
- 2.4. Código
- 2.5. Barrera
- 2.6. Filtro
- 2.7. Control
- 2.8. Mensaje

3. Enseñanzas comunicacionales

4. Referencias

La comunicación interpersonal

Módulo 1. Las habilidades sociales

- 1.1. La asertividad

Módulo 2. Las relaciones humanas

- 2.1. Complementaria
- 2.2. Simetría
- 2.3. Patológicas
- 2.4. Ausente

Módulo 3. Componentes verbales de las habilidades sociales

- 3.1. Preguntar
- 3.2. Escuchar empáticamente
- 3.3. Informar

Módulo 4. Componentes paralingüísticos: la voz y el habla

- 4.1. Articulación
- 4.2. Tono y entonación
- 4.3. Timbre
- 4.4. Volumen
- 4.5. Acento
- 4.6. Ritmo

Módulo 5. La comunicación telefónica

- 5.1. Ventajas y desventajas del teléfono
- 5.2. Ficha técnica
 - 5.2.1. Cuestiones a evitar
 - 5.2.2. Cuestiones a potenciar
 - 5.2.3. Protocolo para emitir y recibir llamadas

Módulo 6. Comunicación no verbal

- 6.1. Relación entre lenguaje verbal y no verbal
- 6.2. Estructura del lenguaje no verbal
- 6.3. La sincronía interaccional
- 6.4. Gestos y pautas de comportamiento
- 6.5. Saludo y despedida
- 6.6. La sonrisa
- 6.7. La mirada
- 6.8. Las manos
- 6.9. Proxémica
- 6.10. Postura

7. Enseñanzas comunicacionales

8. Referencias al capítulo

Atención al cliente

Introducción: el programa de atención al cliente: fidelización y solución de conflictos

Módulo 1. Definición

- 1.1. El ciclo comercial
- 1.2. El ciclo de vida del cliente
- 1.3. La retención

Módulo 2. La experiencia de consumo

- 2.1. La memoria
 - 2.1.1. Bases biológicas, cognoscitivas y socio-afectivas de la memoria
 - 2.1.2. Estructura y funcionamiento de la memoria
 - 2.1.2.1. Almacenaje y recuperación
 - 2.1.2.2. Asociación, transferencia e interferencia: el olvido
 - 2.2.3. Tipos de memoria

Módulo 3. El programa de fidelización del cliente

- 3.1. Criterios de marketing relacional
- 3.2. Estructura del programa de fidelización
- 3.3. Factores funcionales: satisfacción y expectativa de consumo
 - 3.3.1. Nivel de satisfacción
 - 3.3.2. Expectativa de consumo
 - 3.3.3. Equilibrio expectativa - nivel de satisfacción
 - 3.3.4. Orientar acciones de mejora para el futuro

Módulo 4. Atención al cliente en el punto de venta

- 4.1. Objetivos generales
- 4.2. Normas generales de atención al cliente
- 4.3. Actitudes frente a distintos tipos de usuarios

Módulo 5. Solución de conflictos

- 5.1. Concepto, significado y tipología del conflicto
- 5.2. Metodología para la solución de conflictos
 - 5.2.1. Acotación y definición del conflicto
 - 5.2.2. Puesta en valor de la solución
- 5.3. Habilidades necesarias para afrontar un conflicto
- 5.4. Reclamaciones

Módulo 6. Enseñanzas comunicacionales (o a modo de síntesis)

Módulo 7. Referencias al capítulo

Desarrollo personal

Módulo 1. Definición de desarrollo personal

- 1.1. La sanación
 - 1.1.1. El análisis de las sensaciones
- 1.2. La reeducación
- 1.3. La revitalización o crecimiento en valores

Módulo 2. Principios de salud

- 2.1. El proceso energético de la salud
- 2.2. El estrés
- 2.3. La salud en el nivel físico
 - 2.3.1. Desintoxicación
 - 2.3.2. Nutrición adecuada
- 2.4. La salud en el nivel emocional
 - 2.4.1. Aceptar emociones propias
 - 2.4.2. Expresar emociones a los demás
 - 2.4.3. Emociones en cuatro dimensiones
- 2.5. La salud en el nivel mental
 - 2.5.1. Dos principios fundamentales
 - 2.5.2. Tres instancias principales
- 2.6. La salud en el nivel relacional
- 2.7. La salud en el nivel espiritual

Módulo 3. Enseñanzas comunicacionales

Módulo 4. Referencias

10. METODOLOGÍA

Todos nuestros cursos se basan en una metodología encaminada a favorecer un aprendizaje autónomo e interactivo, en la que nuestra máxima es conseguir que el alumno aprenda a través del estudio y la práctica (“Learning by doing”). Por ello, favorecemos el aprendizaje colaborativo, fomentando la interactividad entre los propios estudiantes y de estos con el equipo docente.

En nuestros programas formativos **el alumno es el verdadero protagonista** y el tutor le acompaña, a modo de guía o mentor, en su proceso de aprendizaje.

Nuestros estudiantes encuentran en sus aulas virtuales todo lo que necesitan para seguir de una forma óptima los cursos: tablón de anuncios, programa del curso, fichas de aprendizaje, material de apoyo, espacios para consultas y reflexión, etc.

Todos estos materiales educativos son desarrollados por un equipo de expertos y pedagogos de acuerdo a una planificación metodológica exhaustiva. Los usuarios disponen de fichas de contenido multimedia, simulaciones, demostraciones, visitas web guiadas, y un gran abanico de actividades que refuerzan su aprendizaje.

Para llevar a cabo esta tarea, nuestro campus, cuenta con una serie de **herramientas de comunicación** y colaboración que convierten las acciones formativas en, sencillas, amenas y, sobre todo, dinámicas. Estas herramientas son: los foros de debate, chats, wikis, mensajería interna, correo electrónico, etc.

11. EVALUACIÓN

La evaluación se llevará a cabo a través de la realización de ejercicios prácticos que se puntuarán de 0 a 10. Para superar el curso, el alumno deberá realizar todos los ejercicios propuestos obteniendo una calificación mínima de 5 en cada uno de ellos. En el caso de que no se alcance la nota deseada, el alumno podrá reenviar el ejercicio tantas veces como considere oportuno hasta lograr su objetivo.

12. CERTIFICACIÓN

A la finalización de este curso el alumno recibirá un certificado emitido por la Universidad de Salamanca y la Fundación Germán Sánchez Ruipérez, que garantiza que el mismo se ha desarrollado bajo principios de solidez metodológica, excelencia científica y reconocido prestigio de los expertos, tutores y autores de contenido.

13. CALIDAD

El Centro Internacional de Tecnologías Avanzadas de la Fundación Germán Sánchez Ruipérez es una entidad registrada en AENOR (ER.1052/2007) y certificada por la norma ISO 9001: 2000

14. INSCRIPCIÓN Y MATRÍCULA

Puede realizar la preinscripción en el curso a través del Campus Virtual de e-lectiva.

Para ello haga clic en el siguiente enlace:

[Formulación de preinscripción del curso](#)

y, posteriormente, rellene el formulario al que será remitido. La preinscripción no le compromete a nada. Para confirmar su plaza deberá hacer efectivo el pago del curso.

15. CONTACTO

Para cualquier duda o cuestión relativa al curso, puede ponerse en contacto con nosotros a través del teléfono:

e-Lectiva Directo (España): **902 11 26 81**

International Calling: **(34) 923 19 73 30**

Fax: **923 54 14 12**

Mediante el correo electrónico: cursos@e-lectiva.com