



# Curso Online de La Excelencia en el Trato con los clientes

Contiene  
ejemplos prácticos  
en audio

*Técnicas y metodologías para lograr la excelencia en el trato telefónico y personal con los clientes.*



**[e]**  
Iniciativas Empresariales  
*| estrategias de formación*



Tel. 900 670 400 - [attcliente@iniciativasempresariales.com](mailto:attcliente@iniciativasempresariales.com)  
[www.iniciativasempresariales.com](http://www.iniciativasempresariales.com)

BARCELONA - BILBAO - MADRID - SEVILLA - VALENCIA - ZARAGOZA

# La Excelencia en el Trato con los clientes

CUSTOMER SERVICE

## Presentación

Conseguir un nuevo cliente llega a costar 5 veces más de lo que costaría el haber mantenido a un cliente que nos ha abandonado por problemas surgidos en la gestión de nuestra relación comercial y que mayoritariamente tiene que ver con actitudes negativas, falta de contacto o desconocimiento de las expectativas de atención del cliente.

De poco sirve que una empresa tenga buenos productos, haga bien las cosas o tenga un servicio excelente, si no es capaz de transmitirlo. El mercado es cada día más competitivo y complejo. Nuestros clientes están cada vez mejor preparados, con más conocimiento, capacidad de elección y exigen un trato más profesional.

Es por ello que la preparación de las personas que realizan la atención al cliente es clave para lograr su fidelización a la vez que mejoramos la imagen de la empresa ante él mismo. Este curso tiene como objetivo fundamental que todas aquellas personas que tengan relación directa o indirecta con el cliente, así como personal específico de atención al cliente, puedan adquirir competencias y habilidades para mantener a los clientes bien atendidos.

## La Formación E-learning

Los cursos online se han consolidado como un método educativo de éxito en la empresa ya que aportan flexibilidad al proceso de aprendizaje, permitiendo al alumno escoger los momentos más adecuados para su formación. Con más de 30 años de experiencia en la formación de directivos y profesionales, Iniciativas Empresariales y la Manager Business School presentan sus cursos e-learning. Diseñados por profesionales en activo, expertos en las materias impartidas, son cursos de corta duración y eminentemente prácticos, orientados a ofrecer herramientas de análisis y ejecución de aplicación inmediata en el puesto de trabajo.

Nuestros cursos e-learning dan respuesta a las necesidades formativas de la empresa permitiendo:

1

La posibilidad de *escoger* el momento y lugar más adecuado para su formación.

2

*Interactuar* con otros estudiantes enriqueciendo la diversidad de visiones y opiniones y su aplicación en situaciones reales.

3

*Aumentar sus capacidades* y competencias en el puesto de trabajo en base al estudio de los casos reales planteados en el curso.

4

*Trabajar* con los recursos que ofrece el entorno on-line.

# La Excelencia en el Trato con los clientes

CUSTOMER SERVICE



## Objetivos del curso:

---

- Cómo proyectar una imagen positiva de la empresa a través de la atención al cliente.
- Cómo mejorar la opinión que nuestros clientes tienen del servicio de nuestra empresa.
- La importancia de que todas las personas que trabajan en una organización estén orientadas al cliente.
- Qué entendemos por satisfacción y cuáles son los factores que influyen en ella.
- Cómo potenciar una actitud positiva y proactiva en los profesionales de atención al cliente.
- Cómo podemos conocer nuestras propias emociones.
- Cómo controlar nuestras reacciones para mejorar los resultados obtenidos en la comunicación con los clientes en situaciones de tensión y conflicto.
- Cuáles son las barreras racionales y emocionales que existen en todo proceso de comunicación y cómo superarlas.
- Cómo utilizar los elementos de la comunicación de manera efectiva en la atención al cliente.
- Cuáles son los puntos que hay que tener en cuenta en la atención al cliente cara a cara.
- Cuáles son las peculiaridades del teléfono como herramienta de comunicación.
- Cuáles son las peculiaridades del canal escrito como herramienta de comunicación.
- Los diferentes perfiles de clientes y cómo adaptar nuestro discurso a las características de cada uno de ellos.
- Cómo utilizar la comunicación asertiva ante las situaciones difíciles.
- Cómo atender con eficacia las quejas y reclamaciones de los clientes enfadados.

“ Se calcula que hasta el 70% de las decisiones que toman los clientes tienen que ver con la forma en que son tratados ”

## Dirigido a:

---

Todo el personal de la empresa que por su labor esté en contacto directo con los clientes y, por tanto, se les deba exigir un trato específico que revierta en los resultados de la empresa.

# La Excelencia en el Trato con los clientes

CUSTOMER SERVICE

## Estructura y Contenido del curso

El curso tiene una duración de 50 horas lectivas 100% online que se realizan a través de la plataforma e-learning de Iniciativas Empresariales que permite el acceso de forma rápida y fácil a todo el contenido:

### Manual de Estudio

9 módulos de formación que contienen el temario que forma parte del curso y que ha sido elaborado por profesionales en activo expertos en la materia.

### Material Complementario

En cada uno de los módulos que le ayudará en la comprensión de los temas tratados.

### Ejercicios de aprendizaje y pruebas de autoevaluación

para la comprobación práctica de los conocimientos adquiridos.

**Bibliografía y enlaces** de lectura recomendados para completar la formación.

## Metodología 100% E-learning



### Aula Virtual \*

Permite el acceso a los contenidos del curso desde cualquier dispositivo las 24 horas del día los 7 días de la semana.

En todos nuestros cursos es el alumno quien marca su ritmo de trabajo y estudio en función de sus necesidades y tiempo disponible.



### Soporte Docente Personalizado

El alumno tendrá acceso a nuestro equipo docente que le dará soporte a lo largo de todo el curso resolviendo todas las dudas, tanto a nivel de contenidos como cuestiones técnicas y de seguimiento que se le puedan plantear.



\* El alumno podrá descargarse la APP Moodle Mobile (disponible gratuitamente en Google Play para Android y la Apple Store para iOS) que le permitirá acceder a la plataforma desde cualquier dispositivo móvil y realizar el curso desde cualquier lugar y en cualquier momento.



## Contenido del Curso

### MÓDULO 1. Orientación hacia el cliente de todos los profesionales

6 horas

Los clientes son cada vez más diversos y saben mejor lo que quieren y cómo lo quieren. Trabajar con orientación al cliente significa ser sensibles a sus necesidades específicas desde todos los ámbitos de la organización y darles además, la tranquilidad para depositar su confianza tanto en nuestra empresa como en los profesionales que la integran.

- 1.1. La imagen de empresa y su transmisión.
- 1.2. La imagen de los profesionales de atención al cliente.
- 1.3. Aspectos que influyen en la satisfacción de los clientes.

### MÓDULO 2. Aspectos psicológicos importantes para atender bien a los clientes

6 horas

Atender a clientes en las circunstancias de la sociedad actual requiere una buena dosis de paciencia, autocontrol y autoconfianza. Estas dosis son superiores cuando tratamos con personas enfadadas. Ser conscientes de nosotros mismos y estar conectados con los objetivos profesionales nos hará ser más competentes tanto a nivel técnico como emocional.

- 2.1. Autoconsciencia: conocimiento de uno mismo.
- 2.2. Autocontrol: decisión de nuestras reacciones.
- 2.3. Automotivación: perseguir nuestros objetivos.
- 2.4. Autoconfianza y autoestima.
- 2.5. Gestión del estrés.



## MÓDULO 3. La comunicación intencional y sus barreras

6 horas

¿Qué hace que dos personas que hablan el mismo idioma a veces no se entiendan? La comunicación interpersonal es un proceso complejo que requiere del trabajo de, al menos, dos interlocutores. A veces no logramos comunicar aquello que queremos, y otras veces comunicamos aquello que no queríamos. Comunicar de manera consciente para superar las barreras existentes requiere un entrenamiento individual y constante.

- 3.1. Conceptos básicos del proceso comunicativo.
- 3.2. La comunicación intencional vs la comunicación aleatoria.
- 3.3. Las barreras en la comunicación.
- 3.4. Los juegos comunicativos.

## MÓDULO 4. Aspectos de la comunicación verbal y de la no verbal

8 horas

El 55% de la información se transmite a través del lenguaje corporal. Este dato hace que debamos ser muy conscientes, no sólo de lo que decimos, sino también del cómo lo decimos y de qué actitud física acompaña a nuestro mensaje verbal. Dominar todos los aspectos de la comunicación nos ayudará a conseguir nuestros objetivos.

- 4.1. La mirada.
- 4.2. La sonrisa.
- 4.3. La postura.
- 4.4. Los gestos y la gesticulación.
- 4.5. La voz.
- 4.6. Las palabras.
- 4.7. Los silencios.
- 4.8. La escucha activa.
- 4.9. La empatía.
- 4.10. La asertividad.
- 4.11. El arte de hacer preguntas.



## MÓDULO 5. Atención presencial a los clientes

2 horas

La atención presencial a los clientes es la que tiene más intensidad emocional, y por este motivo es la que tiene más elementos para gestionar los conflictos de manera satisfactoria.

- 5.1. Acogida.
- 5.2. Identificación del interlocutor.
- 5.3. Descubierta de necesidades.
- 5.4. Derivación (si es preciso).
- 5.5. Actuación.
- 5.6. Conclusión.
- 5.7. Despedida.

## MÓDULO 6. Atención telefónica a los clientes

4 horas

La atención telefónica a los clientes es compleja por la falta de comunicación no verbal. El teléfono es una herramienta que nos proporciona comodidad, rapidez y ahorro, pero mal gestionada puede generar mucha insatisfacción.

- 6.1. Ventajas e inconvenientes del teléfono.
- 6.2. Fases en la recepción de llamadas: preparación, acogida, identificación del interlocutor, descubierta de necesidades, acción, conclusión, despedida, después de la llamada.
- 6.3. Fases en la emisión de llamadas: preparación, toma de contacto, interlocutor válido, motivo de la llamada, solicitud de tiempo, argumentación, conclusión, despedida, después de la llamada.

## MÓDULO 7. Atención escrita a los clientes

2 horas

La atención escrita es la más comprometida y la más difícil de todas. Sustituir todos los canales de comunicación por el escrito tiene altos riesgos que conviene evaluar. Escribir un buen correo electrónico es un arte.

- 7.1. Ventajas e inconvenientes del canal escrito.
- 7.2. Aspectos a tener en cuenta en la comunicación escrita con los clientes.



## MÓDULO 8. Tipos de personas y formas de tratarlas

10 horas

El valor añadido en la atención al cliente es la personalización. A todos nos gusta que nos traten bien, pero no todos nos sentimos bien tratados con lo mismo. Detectar a qué tipo de persona tenemos delante, adaptar nuestro discurso a su estilo y a sus necesidades será clave para conseguir resultados satisfactorios.

### 8.1. El DISC y sus 4 estilos:

- 8.1.1. El estilo D: Dominancia.
- 8.1.2. El estilo I: Influencia.
- 8.1.3. El estilo S: Seguridad.
- 8.1.4. El estilo C: Control.

### 8.2. Tipos de personas y formas de tratarlas:

- 8.2.1. La persona habladora.
- 8.2.2. La persona muda.
- 8.2.3. La persona víctima.
- 8.2.4. La persona indecisa.
- 8.2.5. La persona agresiva.
- 8.2.6. La persona prepotente.

## MÓDULO 9. Atender las quejas y reclamaciones de los clientes

6 horas

Aunque trabajemos con la máxima calidad, será inevitable que exista insatisfacción por parte de algunos de nuestros clientes. Saber atender y gestionar adecuadamente sus quejas y reclamaciones será un punto clave para transformar la insatisfacción en confianza.

- 9.1. Tratamiento y gestión de quejas y reclamaciones de los clientes.
- 9.2. Consideraciones sobre la atención al cliente:
  - 9.2.1. Actitud ante los clientes enfadados.

## Autor



### Gemma Prats

Licenciada en Psicología. Formadora y consultora especializada en habilidades de comunicación interpersonal y gestión de las emociones.

Amplia experiencia dirigiendo equipos de atención al cliente en empresas de diferentes sectores lo que le ha proporcionado tratar con personas tanto a nivel presencial como telefónico y escrito.

## Titulación

Una vez finalizado el curso el alumno recibirá el diploma que acreditará el haber superado de forma satisfactoria todas las pruebas propuestas en el mismo.

