



Guía Didáctica

Información y atención al
cliente/consumidor/usuario
(MF0241_2)

Objetivos

□ **Objetivos Generales**

- Analizar las características de una empresa / organización para transmitir la imagen más adecuada.
- Aplicar los procedimientos adecuados para la obtención de información necesaria en la gestión de control de calidad del servicio prestado por una empresa/organización.
- Aplicar técnicas de comunicación en situaciones de atención / asesoramiento al cliente.
- Aplicar técnicas de organización de la información, tanto manuales como informáticas.
- Manejar como usuario aplicaciones informáticas de control y seguimiento de clientes o base de datos y aplicar procedimientos que garanticen la integridad, seguridad, disponibilidad y confidencialidad de la información almacenada.

□ **Objetivos Específicos**

- Conocer las características de la atención al cliente en los distintos tipos de empresa.
- Identificar las dependencias funcionales existentes en el departamento de atención al cliente. Ser capaz de confeccionar un organigrama funcional de una Organización.
- Describir los distintos canales de comunicación de la empresa con el cliente.
- Conocer los fundamentos del Marketing relacional.
- Análisis comparativo de la información suministrada por el cliente.
- Distinguir las variables que influyen en la atención al cliente.
- Identificar y ser capaz de confeccionar un cuestionario de satisfacción del cliente.

- Ágil actuación ante Averías y Reclamaciones.
- Documentos usados en la atención al cliente.
- Conocer el servicio post-venta que puede ofrecerse como medio de satisfacción del cliente.
- Entender los procesos de calidad en la Empresa.
- Conocer las distintas normas ISO en materia de gestión de calidad.
- Entender la importancia de un sistema de gestión de la calidad del servicio.
- Conocer la calidad y satisfacción del cliente.
- Aplicar los distintos métodos de evaluación de la calidad del servicio de atención al cliente.
- Saber aplicar las medidas correctoras para la implantación de un sistema de calidad de satisfacción del cliente.
- Conocer los elementos de control de los que dispone la Empresa para un sistema de Calidad Total.
- Conocer el contenido de la Ordenación del Comercio Minorista y sus implicaciones en la atención a la clientela.
- Contenido de los servicios de la Sociedad de la Información y el Comercio electrónico así como sus implicaciones.
- Contenido de la ley de Protección de Datos y su implicación en las relaciones con la clientela.
- Contenido de la Ley General de Defensa de los Consumidores y Usuarios.
- Regulación autonómica y local de protección a la persona consumidora.
- Conocer como tramitar una queja y reclamación desde el punto de vista de la Empresa.
- Aplicar las técnicas de archivo y registro de la información del cliente.

- Ser capaz de gestionar la información que existe dentro de la Empresa.
- Saber para que se utiliza una base de datos y qué utilidades tiene para la Empresa.
- Conocer en qué consisten las bases de datos documentales.
- Como utilizar la base de datos para la realización de búsquedas.
- Saber grabar, modificar y eliminar registros en una base de datos.
- Saber en qué consiste las consultas en las bases de datos.
- Procedimiento para la realización de informes.
- Conocer el modelo de comunicación interpersonal.
- Saber identificar las diferencias y dificultades de comunicación con una o varias personas.
- Distinguir todas las barreras de comunicación que existen en la comunicación interpersonal presencial.
- Saber expresarse verbalmente en cuanto a dicción y entonación conociendo las formas de presentación que existen.
- Expresarse corporalmente de forma correcta.
- Necesidad de aplicar los principios de asertividad y empatía en la Empresa.
- Saber escuchar de forma activa.
- Conocer todos aquellos aspectos necesarios de la comunicación no presencial, en especial, la comunicación telefónica.
- Distintas formas de comunicarse por escrito en la Empresa.

Contenidos

120 horas	MF0241_2: Información y atención al cliente/consumidor/usuario
60 horas	UF0036: Gestión de la atención al cliente/consumidor
20 horas	<ul style="list-style-type: none"> • Unidad 1: Procesos de atención al cliente/consumidor <ul style="list-style-type: none"> • Concepto y características de la función de atención al cliente • Dependencia funcional del departamento de atención al cliente • Factores fundamentales desarrollados en la atención al cliente • El marketing en la empresa y su relación con el departamento de atención al cliente • La información suministrada por la clientela • Documentación implicada en la atención a la clientela • Servicio post-venta
20 horas	<ul style="list-style-type: none"> • Unidad 2: Calidad en la prestación del servicio de atención al cliente <ul style="list-style-type: none"> • Procesos de calidad en la empresa • Concepto y características de la calidad del servicio • Ratios de control y medición de la calidad y satisfacción de la clientela
20 horas	<ul style="list-style-type: none"> • Unidad 3: Aspectos legales en la relación con la atención al cliente <ul style="list-style-type: none"> • Ordenación del comercio minorista • Servicios de la sociedad de la información y el comercio electrónico • Ley orgánica de protección de datos (LOPD) • Protección a la persona consumidora (LGDCU) • Regulación autonómica y local de protección a la persona consumidora • Protección de las personas consumidoras en países europeos

60 horas	UF0037: Técnica de la atención al cliente/consumidor
30 horas	<ul style="list-style-type: none"> • Unidad 1: Gestión y tratamiento de la información del cliente/consumidor <ul style="list-style-type: none"> • Información de la clientela • Archivo y registro de la información • Procedimiento de gestión y tratamiento de la información dentro de la empresa • Bases de datos para el tratamiento de la información en el departamento de atención al cliente/consumidor/usuario • Confección y presentación de informes • Normativa de protección de datos de bases de datos de clientes
30 horas	<ul style="list-style-type: none"> • Unidad 2: Técnicas de comunicación a clientes /consumidores <ul style="list-style-type: none"> • Modelo de comunicación interpersonal • Comunicación con una o varias personas: diferencias y dificultades • Expresión verbal • Comunicación no verbal • Empatía y asertividad • Comunicación no presencial • Comunicación escrita
120 horas	2 unidades formativas 5 unidades didácticas