



INESEM
Instituto Europeo de
Estudios Empresariales

Técnico Superior en Fidelización y Atención al Cliente

+ Información Gratis

Titulación Oficial avalada por la Administración Pública

Técnico Superior en Fidelización y Atención al Cliente

Duración: 300 horas

Precio: 0 € *

Modalidad: A distancia

* 100 % bonificable para trabajadores.

Descripción

El itinerario formativo ofrece un acercamiento a los conocimientos básicos de técnicas de venta y seguimiento de calidad del cliente con el objetivo de la fidelización del mismo.



A quién va dirigido

Todos aquellos trabajadores y profesionales en activo que deseen adquirir o perfeccionar sus conocimientos técnicos en este área.

Objetivos

- Realizar un acercamiento a la realidad de la empresa, como ámbito en el que se desarrolla la actividad comercial.
 - Conocer las características y funciones de las personas implicadas en la actividad comercial: comprador y vendedor.
 - Presentar la figura del profesional de atención al cliente.
 - Describir el proceso de la venta directa y de su seguimiento.
 - Ofrecer las claves de una atención al cliente marcada por la calidad.
- Cultivar algunas habilidades de comunicación que están en la base de los procesos de venta directa y fidelización de clientes.

Para que te prepara

Este curso tiene como finalidad principal ofrecer un itinerario formativo para adquirir los conocimientos técnicos, las actitudes y capacidades que posibilitan y hacen posible la fidelización de clientes. Con el desarrollo de las distintas habilidades para una atención de calidad al cliente, de venta directa, así como las diversas técnicas de comunicación y marketing el alumno podrá conocer de forma teórica y práctica las herramientas necesarias para alcanzar la satisfacción del cliente y su consecuente fidelización.

Salidas laborales

Agente comercial, sector comercial y profesionales con atención directa a clientes.

Metodología

Entre el material entregado en este curso se adjunta un documento llamado Guía del Alumno dónde aparece un horario de tutorías telefónicas y una dirección de e-mail donde podrá enviar sus consultas, dudas y ejercicios.

Los materiales son de tipo monográfico, de sencilla lectura y de carácter eminentemente práctico. La metodología a seguir se basa en leer el manual teórico, a la vez que se responden las distintas cuestiones y ejercicios que se incluyen dentro del cuaderno de evaluación.

Para su evaluación, el alumno/a deberá hacernos llegar en el sobre de franqueo en destino, dicho cuaderno de evaluación. La titulación será remitida al alumno/a por correo, una vez se haya comprobado el nivel de satisfacción previsto (60% del total de las respuestas).

Materiales didácticos

- Cuaderno de ejercicios
- Manual teórico 'Experto en Técnicas de Fidelización de Clientes'
- Cuaderno de ejercicios
- Manual teórico 'Calidad en el Servicio de Atención al Cliente'



Profesorado y servicio de tutorías

Nuestro centro tiene su sede en el "Centro de Empresas Granada", un moderno complejo empresarial situado en uno de los centros de negocios con mayor proyección de Andalucía Oriental. Contamos con una extensa plantilla de profesores especializados en las distintas áreas formativas, con una amplia experiencia en el ámbito docente.

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas, así como solicitar información complementaria, fuentes bibliográficas y asesoramiento profesional. Podrá hacerlo de las siguientes formas:

- **Por e-mail:** El alumno podrá enviar sus dudas y consultas a cualquier hora y obtendrá respuesta con rapidez.

- **Por teléfono:** Existe un horario para las tutorías telefónicas, dentro del cual el alumno podrá hablar directamente con su tutor.



Plazo de finalización

El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá de la misma duración del curso. Existe por tanto un calendario formativo con una fecha de inicio y una fecha de fin.

Si una vez cumplido el plazo no se han cumplido los objetivos mínimos exigidos (entrega de ejercicios y evaluaciones correspondientes), el alumno podrá solicitar una prórroga con causa justificada.

Campus virtual online

Especialmente dirigido a los alumnos matriculados en cursos de modalidad online, el campus virtual de INESEM ofrece contenidos multimedia de alta calidad y ejercicios interactivos.

Club de alumnos

Servicio gratuito que permitirá al alumno formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: becas, descuentos y promociones en formación, viajes al extranjero para aprender idiomas...

Revista digital

El alumno podrá descargar artículos sobre e-learning, publicaciones sobre formación a distancia, artículos de opinión, noticias sobre convocatorias de oposiciones, concursos públicos de la administración, ferias sobre formación, etc.

Programa formativo

MÓDULO 1. FIDELIZACIÓN DE CLIENTES.

TEMA 1. LA EMPRESA.

Definición de empresa.
Tipos de empresa.
El entorno de la empresa.

TEMA 2. LA ACTIVIDAD COMERCIAL DE LA EMPRESA.

El marketing.
Determinantes del marketing.
Políticas de producto.
Políticas de precio.
Políticas de promoción.
Políticas de distribución.

TEMA 3. COMPORTAMIENTO DE COMPRA Y VENTA: EL VENDEDOR.

Perfil del vendedor.
Motivaciones del vendedor.
Medios de comunicación.
Técnicas de afirmación de la personalidad.

TEMA 4. COMPORTAMIENTO DE COMPRA Y VENTA: EL COMPRADOR.

Móviles y motivaciones de compra.
Hábitos de compra.
Actitudes del consumidor.
Tipologías de consumidores.

TEMA 5. LA VENTA DIRECTA.

Introducción.
La acogida.
La argumentación.
La demostración.
El cierre de la venta.

TEMA 6. TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN.

Introducción.
Elementos de comunicación.
El proceso de comunicación.
Barreras de comunicación.
Niveles de comunicación.
Actitudes y técnicas favorecedoras de la comunicación.
Los sistemas de comunicación.
Tipos de reuniones.

TEMA 7. EL SEGUIMIENTO DE LA VENTA.

Introducción.
Cumplir lo acordado.
Mantener la confianza.
El servicio postventa.
Las reclamaciones.

MÓDULO 2. ATENCIÓN AL CLIENTE Y CALIDAD EN EL SERVICIO

TEMA 1. CALIDAD Y SERVICIO.

Concepto de calidad.
Sistemas de aseguramiento de la calidad.
Normalización de la calidad. Concepto de servicio.

Anexo: La calidad en la empresa.

TEMA 2. EL CLIENTE.

Consumidores y compradores.

La persuasión.

La motivación.

El proceso de decisión de compra.

Factores que influyen en el comportamiento del consumidor.

Relación comprador-vendedor (y/o personal de atención al cliente).

Anexo: Consideraciones sobre el producto/servicio.

TEMA 3. LA IMPORTANCIA DEL MARKETING EN LA EMPRESA.

Introducción.

Desarrollo del proceso de venta.

Concertación de la entrevista de venta.

Inicio y desarrollo de la entrevista.

Anexo: Fundamentos de marketing.

TEMA 4. EL PERFIL DEL PROFESIONAL DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE.

Perfil del vendedor.

Motivaciones del vendedor.

Medios de comunicación.

Técnicas de afirmación de la personalidad.

Anexo: Técnicas de comunicación.

TEMA 5. CALIDAD PERCIBIDA Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE.

Introducción.

Herramientas de medida de la calidad percibida (satisfacción del cliente). Calidad percibida por el consumidor.

La calidad del servicio.

¿Por qué medir la calidad percibida?

¿Por qué resulta difícil medir la calidad percibida?

Herramientas para medir la satisfacción del cliente.

Anexo: La encuesta

TEMA 6. CALIDAD DE SERVICIO EN EL COMERCIO.

Introducción.

Bloque 1. Servicio.

Bloque 2. Elementos tangibles.

Bloque 3. Personal. Valoración.

Anexo: Ejemplos prácticos

TEMA 7. TEXTOS SOBRE CALIDAD EN EL SERVICIO.

Texto 1. Calidad total en el servicio al cliente.

Texto 2. Cómo lograr la satisfacción y fidelidad del cliente.

Texto 3. Cómo crear un programa de fidelización que adoren los clientes.

Texto 4. La verdad sobre los programas de fidelización de clientes: cuáles son más eficaces y por qué.

Texto 5. Reflexiones acerca de la fidelización de clientes.

Texto 6. Norma ISO 10002: 2004.

Texto 7. Normas de calidad del servicio.

Texto 8. A la caza del cero defectos.

Texto 9. Sin suerte.

[+ Información Gratis](#)